Meerjarenbegroting 2016-2020



nederlandse
publieke
omroep

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Meerjarenbegroting 2016-2020

Gehanteerde definities

NPO (Nederlandse Publieke Omroep)
Het geheel van bestuur en alle landelijke publieke omroepen van de landelijke publieke omroep; omroepverenigingen, taakomroepen én NPO-organisatie. De Nederlandse Publieke Omroep (NPO) omvat dus zowel omroepen als de NPO-organisatie, die ieder vanuit hun eigen taak verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau. De omroepen zijn dat door de verzorging van media-aanbod en de NPO-organisatie omdat deze het samenwerkings- en coördinatieorgaan is voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau, zoals bedoeld in Artikel 2.2 en 2.3 MW. Hier worden nadrukkelijk niet de lokale en regionale omroepen bedoeld.

Omroepen
Alle landelijke publieke omroepen; de omroepverenigingen en taakomroepen. Wanneer er respectievelijk lokale, regionale of commerciële omroepen bedoeld worden, zal dat expliciet vermeld worden.

NPO-organisatie
Het bestuursorgaan van de NPO; de Stichting Nederlandse Publieke Omroep.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Najaar 2015

Redactie
NPO-organisatie

Eindredactie en productie
Jones Creative Productions

Vormgeving
Studio Jacques Seignette

Fotocredits
Arjan Benning
Stef den Boer
Willem de Bruin
Merlijn Doomernik
Stephan van Fleteren
René Gast
Paul Ridderhof
Michel Schnater

nederlandse publieke omroep

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Inleiding

Het belang van de publieke omroep staat niet ter discussie. Maar discussie is er natuurlijk genoeg. Altijd al geweest. In een sterk veranderend medialandschap meer dan ooit. We voeren hem met verve en willen ook niet anders.

De digitale tijden stimuleren ons om te veranderen en te vernieuwen. Kansen en uitdagingen ten volle te benutten en aan te gaan. Niet eerder hadden we zoveel gelegenheid om rechtstreeks met het publiek in gesprek te gaan, om mediagebruik en –behoefte te meten. En nooit eerder was het zo moeilijk om de aandacht van het publiek vast te houden.

We zijn niet de enige, bepaald niet. Het wemelt op het internet van de informatie, betrouwbaar of niet, van meningen, al dan niet verpakt als feiten, van echte feiten, van groepen en subculturen, van ideeën en talenten. En juist daar ligt een taak voor de publieke omroep, een publieke taak. De NPO biedt een waaier aan relevante programmering gemaakt door omroepen met een eigen identiteit. De NPO wil en moet een onafhankelijk en betrouwbaar startpunt zijn in de verkenning van al die informatie en mogelijkheden tot inspiratie en ontspanning, een platform bieden waar alle groepen, overtuigingen, behoeften en belangen de ruimte krijgen om samen de Nederlandse samenleving vorm te geven en te weerspiegelen. Bijvoorbeeld met de gidsende en verbindende rol van onze muziekzenders, de brede platformen die onze televisienetten bieden en de interactie en dialoog online.

We zijn ervan overtuigd dat we binnen de verschillende omroepen de talenten en de creativiteit in huis hebben om dat te doen, om op alle beschikbare schermen en apparaten evenwicht en tegenwicht te bieden aan het enorme aanbod. En als we die talenten nog niet in huis hebben, zullen we ze vinden, verder ontwikkelen of aan ons binden.

Vernieuwing gaat gepaard met verandering, met keuzes maken. Dat kan als een verlies worden ervaren, zeker ook voor de makers die dagelijks met passie en betrokkenheid in de weer zijn om mooie publieke programma’s te maken. Verandering brengt immers onlosmakelijk met zich mee dat er een einde komt aan vertrouwde kanalen, gezichten, stemmen en titels. Maar vernieuwing biedt ook volop kansen. Om aanbod te creëren dat beter aansluit op de tijdgeest, dat ook een jonger publiek bedient, dat de mogelijkheid biedt tot interactie en waaraan het publiek zelf een bijdrage kan leveren. Het is immers de taak van de publieke omroep om niet alleen de veranderingen in de samenleving op de voet te volgen, maar waar mogelijk ook voorop te lopen. Dit vereist dat ons aanbod en onze kanalen meebewegen.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Meer dan voorheen zal de NPO-organisatie daarom sturing geven aan de keuzes die we maken, de terreinen waarop we willen excelleren en de doelgroepen die we willen bereiken. Dat laat onverlet dat omroepen een belangrijke betekenis en waarde hebben en behouden als huizen aan het centrale NPO-plein. Met ruimte voor een eigen gezicht en profilering vanuit hun invalshoek, taak en achtergrond. Gezamenlijk zetten we ons in om ook in het nieuwe, vaker internationaal georiënteerde, medialandschap ons publiek te voorzien van relevant publiek aanbod vanuit een Nederlandse context.

Er gloort aan de horizon een publieke omroep die kanalen en programma's van publieke waarde aan iedere kijker en luisteraar van de samenleving kan aanbieden, op elk gewenst moment of device, op verzoek of als suggestie. Dat gaat stap voor stap, te beginnen met dit plan voor het komende jaar. Een plan dat deels nog voortbouwt op de lijn van voorgaande jaren. Dat nog niet in volle omvang alle ambities uit ons Concessiebeleidsplan heeft verdisconteerd en dat – in afwachting van de uitkomsten van het parlementaire debat over het wetsvoorstel – ook nog niet de elementen van de nieuwe Mediawet incorporeert. Maar elke reis begint met een stap en achter elke heuvel wacht een nieuw vergezicht.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



1. Financieel kader en budgetaanvraag

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

1.1 Bezuinigingen

De afgelopen concessieperiode stond in het teken van de bezuinigingen van het kabinet-Rutte I. De bijdrage van de NPO aan deze structurele bezuinigingen op de mediabegroting was in totaal 127,8 miljoen euro, inclusief ZBO-korting (de ZBO-korting loopt nog verder op tot en met 2018). De grootste kortingen hadden betrekking op het primair proces en vielen in de jaren 2014 en 2015. De kortingen op het primair proces (ca. 79 miljoen euro, oftewel 62% van de totale besparingen) zijn behaald door programmatische en operationele efficiency (zie BCG-rapport september 2011). De kortingen leiden nog steeds tot grote uitdagingen om relatief kostbare programmering, zoals superevenementen (Olympische Spelen, EK en WK Voetbal), Nederlandse films en series, onderzoeksjournalistiek en documentaires, duurzaam op het huidige niveau te kunnen behouden en te financieren uit de huidige begroting.

In de komende concessieperiode (2016-2020) staat de NPO opnieuw voor een grote uitdaging om bezuinigingen op te vangen. Kabinet-Rutte II heeft besloten[1] om vanaf 2017 nog eens circa 51 miljoen euro, inclusief ZBO-korting, structureel op het mediabudget te bezuinigen. Dit heeft een grote impact op het bestel. De invulling van deze financiële taakstelling voor de NPO is als volgt:

- Stopzetten financiering Mediafonds (eigen bijdragen) 16 miljoen euro
- Korting budget NPO, met name de 2.42-zendgemachtigden (OCW-bijdrage) 17 miljoen euro

Deze laatste twee besparingsbedragen van Rutte II worden meegenomen in de budgetkaders 2017 en komen tot uitdrukking in het meerjarenbeeld (zie tabel 2).
Het mag duidelijk zijn dat de programmering geraakt zal worden door deze additionele taakstelling. De staatssecretaris spreekt in zijn brief[2] over onder andere het zoeken naar additionele inkomstenstromen binnen het bestel. Gezien alle onduidelijkheden en onzekerheden wordt daarom in deze MJB wel rekening gehouden met extra inkomsten waarvan de contouren redelijk zeker zijn, maar er wordt niet gerekend met grote additionele inkomstenstromen in de toekomst. Op dit moment worden wel concrete opties nader onderzocht op haalbaarheid en uitvoerbaarheid. In deze fase is al wel duidelijk dat de extra inkomsten hoe dan ook niet toereikend zullen zijn om de bezuinigingen te compenseren.
In navolging van deze bezuinigingsslag wordt het komende jaar gewerkt aan een duidelijkere opbouw en definitie van de posten binnen de directe programmakosten in relatie tot al bestaande verantwoordingsinstrumenten. Dit leidt tot grotere transparantie van het budget van de platformen, waar de programmabudgetten zijn belegd.



1. Zie ook Mediabegroting 2015 d.d. 12 november 2014.

2. Kamerbrief over verhoging eigen inkomsten publieke omroep (24 september 2014) en brief d.d. 13 oktober 2014, kenmerk 669132.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

1.2 Uitwerking plannen CBP 2016-2020

In het CBP 2016–2020 zijn diverse ambities en plannen opgenomen die ook in deze MJB concrete weerslag zullen vinden, te weten; efficiënte en effectieve inzet van middelen en aanpak van levensbeschouwelijke programmering.

Doelmatige inzet van middelen

CBP-ambitie De NPO realiseert een doelmatige besteding van middelen en stuurt daarvoor op organisatie- en programmakosten.
CBP-ambitie De NPO heeft inzicht in de directe programma- en organisatiekosten, doordat de NPO-organisatie en omroepen hun begrotingsinformatie delen.

Bovenstaande ambities zijn opgenomen om nog gerichter te sturen op de efficiënte en effectieve inzet van middelen en het transparanter rapporteren over deze inzet.

Acties:
- Programmakosten: Om de relatie tussen inzet van middelen en realisatie van prestaties beter in kaart te kunnen brengen, gaan omroepen hun informatie over programmabegrotingen op hoofdlijnen delen met de NPO-organisatie, zodat de programmaschema's bezien vanuit de NPO als geheel doelmatiger kunnen samenstellen.
- Organisatiekosten: Ook in de nieuwe concessieperiode zal monitoring plaats blijven vinden op het normpercentage voor organisatiekosten (huidig percentage; 15,1%), dat mede op basis van advies van BCG tot stand is gekomen.
- Financiële transparantie: Vanaf het MJB 2017 streven we ernaar om de verdeling van mediabudget naar domeinen inzichtelijk te maken en de verwachte kosten per net en zender en voor Radio en Online verdeeld naar directe programmakostencategorieën in het MJB op te nemen.

Eigen inkomsten

CBP-ambitie De eigen inkomsten van de NPO ten behoeve van de financiering van programma's zijn geoptimaliseerd, zonder afbreuk te doen aan het publieke en onafhankelijke karakter van onze diensten.
CBP-ambitie Een nieuwe entiteit draagt zorg voor coördinatie van gezamenlijk rechtenmanagement, coördinatie van de verkoop van binnenlandse VOD-diensten en internationale sales.

De NPO heeft op basis van het BCG-onderzoek naar verdienopties en –potentieel een plan van aanpak[3] opgesteld. Dit plan dient als basis voor het optimaliseren en waar mogelijk verhogen van de eigen inkomsten. We spreken hierbij bewust van het optimaliseren van de mix van mogelijke inkomstenbronnen; vanwege het bewaken van de spanningslijn met onze publieke doelstelling, maar ook omdat bepaalde inkomstenbronnen elkaar beïnvloeden en zelfs kunnen uitsluiten.

Vanaf 2016 zal, voor de uitvoerings-duur van het plan van aanpak voor de optimalisatie van eigen inkomsten, ieder jaar in de MJB worden aangegeven aan welke specifieke inkomsten-opties wordt gewerkt.

Acties:
- Rechtenbeheer en gezamenlijke verkoop van content; Een van de belangrijkste voorwaarden om een optimale mix van inkomsten te realiseren is goed rechtenbeheer. Daarom werken de NPO-organisatie en de omroepen aan een degelijk, professioneel, gezamenlijk rechtenbeheer. Het plan is om de exploitatie van de rechten via een separate entiteit te organiseren. In 2016 zal deze entiteit worden vormgegeven.

3. Bijlage bij kamerstuk 32827 nr. 65 daterend van 28 maart 2014.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Activiteiten op het vlak van nationale programmaverkoop via on demand-diensten van derden en internationale sales van programma's en formats zijn activiteiten die ook op korte termijn onderdeel van deze entiteit moeten worden.

- Reclame: In stappen wordt toegewerkt naar het uitbreiden van reclameminuten op tv en radio. De uitbreiding is vooralsnog in lijn met het BCG-rapport. We wegen continu de balans tussen onze beleidsuitgangspunten en het genereren van reclame-inkomsten. Conform afspraak wordt ook in 2016 hierin een stap gezet. In 2016 zullen de reclameminuten op radio al worden uitgebreid conform de door BCG vastgestelde potentie per 2017. Ook op televisie wordt een deel van de potentie 2017 al gerealiseerd. Deze inkomsten zijn niet terug te zien in onze begroting voor 2016, omdat de inkomsten toekomen aan de Ster, die deze vervolgens afdraagt aan OCW.
- Inkomsten uit distributie: In 2016 wordt een verdere toename van inkomsten uit distributie gerealiseerd. Door een heronderhandeling van de afspraken met pakketaanbieders heeft de NPO een substantiële verhoging van inkomsten uit dit kanaal gerealiseerd. Dit bedrag is opgenomen in onze begroting voor 2016 en verder. De inkomsten worden onder andere aangewend voor het zekerstellen van levensbeschouwelijke programmering en, vanaf 2017, de overgang van het Mediafonds naar het NPO-fonds.

Levensbeschouwelijke programmering vanaf 2016

In 2017 wordt de Rutte II-korting op het budget van de NPO toegepast. Dit krijgt met name zijn beslag in het stoppen van het budget voor de 2.42-zendgemachtigden. De levensbeschouwelijke 2.42-omroepen worden al per 1 januari 2016 opgeheven. De weerspiegeling van levensbeschouwing in het media-aanbod is en blijft vanzelfsprekend wel onderdeel van de opdracht van de publieke omroep. De NPO zorgt voor een goede en afgewogen inbedding van de levensbeschouwelijke programmering in de totale programmering en oormerkt hiervoor ook budget.

Omdat er vanaf 2016 geen aparte levensbeschouwelijke organisaties meer zijn, maakt de NPO per levensbeschouwelijke stroming gedurende de concessieperiode afspraken met omroepen over een minimaal aantal uren op televisie, waarvoor de desbetreffende omroep levensbeschouwelijke programma's voor de stroming aanbiedt. Jaarlijks wordt 351 uur zendtijd gegarandeerd. Per stroming geldt een gegarandeerd budgetcontingent waar de omroep televisieprogramma's voor kan maken. De omroepen die zich hiervoor aanmelden hebben het vertrouwen van de achterban van de desbetreffende stroming.

In Nederland wordt uitgegaan van zeven kerkelijke of geestelijke hoofdstromingen: het Protestantisme, het Katholicisme, het Jodendom, het Humanisme, de Islam, het Hindoeïsme en het Boeddhisme. De omvang van de achterban van de stromingen is ingedeeld in drie grootteklassen.

De NPO borgt voor de gehele concessieperiode minimaal 12 miljoen euro voor levensbeschouwelijke programmering. Van dit bedrag wordt 9 miljoen euro conform afspraak evenwichtig verdeeld over de stromingen en

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

minimaal 3 miljoen euro wordt daarenboven ingezet als programmaversterkingsbudget, expliciet beschikbaar voor levensbeschouwing. Voor de verdeling van voornoemde 9 miljoen euro wordt gewerkt met dezelfde systematiek als het Commissariaat voor de Media altijd hanteerde. Er is een vaste voet van 25% (ten behoeve van de noodzakelijk geachte vindbaarheid en herkenbaarheid van de onderscheiden genootschappen) en een proportionele verdeling van 75% op basis van de omvang van de achterban van de levensbeschouwelijke stroming. De totale verdeling per stroming ziet er als volgt uit:

Stroming	Uren	Grootte-klasse	Verdeling 9 mln	3 mln. PVB	Totaal
Katholicisme	83	A	2.121.429		
Protestantisme	83	A	2.121.429		
Humanisme	58	B	1.491.429		
Islam	58	B	1.491.429	3.000.000	12.000.000
Boeddhisme	23	C	591.429		
Jodendom	23	C	591.429		
Hindoeisme	23	C	591.429		
Totaal	**351**		**9.000.000**	**3.000.000**	**12.000.000**

Tabel 1: Levenbeschouwelijke Programmering

Televisie is voor levensbeschouwing het meest effectieve platform. Levensbeschouwing houdt daarnaast een plek op radio en internet. Op radio blijft er ruimte om passend binnen de zenderprofielen programma's aan te bieden die levensbeschouwelijke items of onderdelen bevatten. Aangezien het karakter van deze programma's breder zal zijn dan thans het geval is, wordt deze programmering budgettair buiten beschouwing gehouden bij afspraken omtrent levensbeschouwelijke programmering. De kosten hiervoor worden binnen het budget voor radio en internet gevonden, en vormen zo een aanvulling op het geoormerkte budget.

Binnen de NPO is afgesproken dat het voornoemde geoormerkte bedrag ad 9 miljoen euro bovenop de wettelijke gegarandeerde (OCW-)budgetten komt. Om deze borging ook administratief goed te kunnen volgen, financiert de NPO deze 9 miljoen euro uit overige inkomsten. Indien deze inkomsten de komende jaren sterk dalen, wordt het budget uit de overige beschikbare middelen gefinancierd. Zo blijft de oormerking voor levensbeschouwelijke programmering gegarandeerd.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

1.3 NPO-meerjarenbudgetkaders 2015 - 2020

De exploitatietabellen worden per aanbodkanaal in de volgende hoofdstukken nader toegelicht en vergeleken met het jaar 2015 uit de aangepaste MJB. Ook de budgetaanvraag van BVN, CoBO en SOM worden nader toegelicht middels tabellen. In onderstaande tabel zijn de financiële meerjarenkaders weergegeven. Daarbij is vanaf 2017 rekening gehouden met voornoemde korting in de bijdrage van OCW en met het stopzetten van de financiering van het Mediafonds (eigen bijdragen).

(x 1.000 euro)	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Bijdragen OCW	805.382	813.263	804.010	811.947	820.062	828.257
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0	0	0	0
Programmagebonden EB	24.660	24.963	11.963	11.963	11.963	11.963
Overige inkomsten	46.904	67.112	67.112	67.112	67.112	67.112
Totaal baten	**876.946**	**905.338**	**883.085**	**891.022**	**899.137**	**907.332**
Totaal kosten	-876.946	-921.338	-883.085	-916.067	-899.137	-934.567
Saldo	**0**	**-16.000**	**0**	**-25.045**	**0**	**-27.235**

Tabel 2: Exploitatieoverzicht 2015-2020

De cijfers 2015 in dit exploitatieoverzicht wijken af van de budgetaanvraag 2015 in het voorgaande MJB (2015-2019). Hierin was nog geen duidelijkheid over een mogelijke compensatie door OCW van de extra kosten als gevolg van de gewijzigde btw-wetgeving die geldt vanaf 2015.

De ingeschatte extra kosten voor 2015 waren 102,8 miljoen euro. In de Mediabegroting 2015 heeft OCW te kennen gegeven dat de NPO voor een bedrag van 86,5 miljoen euro wordt gecompenseerd. De lagere toekenning is in 2015 opgevangen door scherpe keuzes te maken in de programmering. De cijfers 2015 zijn hierop aangepast ten opzichte van de budgetaanvraag in het voorgaande MJB (2015-2019).

Hierna volgt per regel een toelichting op de cijfers en de verwachte ontwikkelingen.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Baten

Bijdragen OCW
In de OCW-bijdrage zijn de ZBO-kortingen van kabinet-Rutte I en Rutte II verwerkt. De totale ZBO-korting over de periode 2015-2020 bedraagt 0,6 miljoen euro. Daarnaast is in 2017 de korting ad 17 miljoen euro van kabinet-Rutte II voor de NPO verwerkt. Deze korting heeft met name betrekking op het resterende budget van de 2.42-zendgemachtigden. Deze kortingscijfers zijn niet direct terug te zien in bovenstaande exploitatietabel, omdat vanaf 2016 gerekend wordt met een jaarlijkse index van 1% (gemiddeld 8 miljoen euro per jaar).

Bijdragen Raad van Bestuur en inzet ORMA
Naast OCW-budget, draagt ook de Raad van Bestuur van de NPO bij aan de programmering en wordt ook Overgedragen Reserves Media-Aanbod (ORMA) ingezet. Deze bijdragen hebben een kostenverlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie (zie onder andere paragraaf 5.1).
Het zijn posten die gebruikt worden om onderscheid te maken tussen de omroepmiddelen en het centrale beheer ervan bij de NPO-organisatie. In totaal is het saldo van de bijdragen Raad van Bestuur en inzet ORMA daarom nihil.

Programmagebonden Eigen Bijdragen (EB)
Onder programmagebonden eigen bijdragen wordt verstaan: bijdragen Mediafonds, CoBO-fonds, co-producenten, sponsorbijdragen en bijdragen overige derden. Onderdeel van de additionele budgetkorting van kabinet-Rutte II is het stopzetten van de financiering van het Mediafonds vanaf 2017 (16 miljoen euro). Het Mediafonds draagt (financieel) bij aan de ontwikkeling en productie van hoogwaardig Nederlandstalig drama, documentaires en talentontwikkeling voor de NPO. Een deel van de subsidies van het Mediafonds landt bij regionale omroepen, externe producenten en het Game- en TAX-videoclipfonds. Het deel dat recht-streeks als eigen bijdragen landt bij de omroepen bedraagt gemiddeld 13 miljoen euro per jaar. Door het stopzetten van de financiering via het Mediafonds dalen de programmagebonden EB vanaf 2017 dus met 13 miljoen euro.

De NPO wil ook na 2017 hoogwaardig Nederlandstalig drama en documentaires blijven uitzenden en bijdragen aan talent-ontwikkeling. Daarom wordt vanaf 2017 uit de NPO-brede inkomsten 16,6 miljoen euro geoormerkt voor het NPO-fonds.

Overige inkomsten
Conform de Mediawet (Artikel 2.135, lid 1 MW) moeten netto resultaten van neven- en/of verenigingsactiviteiten ingezet worden ten behoeve van de programmering. Deze niet-programmagebonden eigen bijdragen worden begroot onder overige inkomsten. Zie hiervoor ook de totale exploitatietabellen van televisie en radio (hoofdstuk 3). Het inschattingsbedrag is gebaseerd op voorheen gerealiseerde overige inkomsten.
Ook de NPO-organisatie ontvangt overige inkomsten, zoals distributie-inkomsten, overige rechtenvergoedingen en inkomsten uit programmagegevens (hoofdstuk 5). De NPO verwacht vanaf 2016 voor enkele jaren meer inkomsten, met name vanwege hogere kabelinkomsten. Vanaf 2016 worden deze extra inkomsten met name ingezet voor het borgen van levensbeschouwelijke programmering, de versterking van hoogwaardig Nederlandstalige series en voor het NPO-fonds.

Kosten

De totaal beschikbare financiële middelen dienen ter dekking van de totale kosten van de omroepen, de NPO-organisatie, BVN, SOM en het CoBO.
De kosten in de even jaren zijn hoger dan de beschikbare middelen,

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

vanwege de (meer)kosten van superevenementen, zoals het EK Voetbal en de Olympische Spelen. Zoals bekend heeft de NOS de rechten voor de Olympische Spelen 2018 en verder niet weten te verwerven. Voor die jaren zal de NPO vervangende programmering moeten gaan verzorgen. Bij het presenteren van de exploitatiebegrotingen voor de toekomst moet worden aangetekend dat er nu wordt gerekend met een jaarlijkse index van 1% op de OCW-bijdrage, maar dat de verwachting is dat cao-ontwikkelingen en de autonome prijsstijgingen de kosten dusdanig zullen opstuwen, dat de index bij lange na niet toereikend zal zijn voor een kostendekkende begroting. Er zal dan sprake zijn van koopkrachtverlies en dus een bezuinigingseffect.

Saldo

Zoals hiervoor is aangegeven, worden in de even jaren meerkosten verwacht als gevolg van de superevenementen in die jaren. Deze extra kosten kunnen niet opgevangen worden door de beschikbare middelen, waardoor een negatief exploitatiesaldo in die jaren wordt verwacht. In deze Meerjarenbegroting (MJB), alsmede de MJB van 2018 en 2020, zal daarom een beroep worden gedaan op een bijdrage uit de Algemene Media Reserve (AMR). Zoals beschreven in MJB 2014-2018 heeft de NPO, als gevolg van Artikel 2.174, lid 1 en 2 MW, het surplus aan gereserveerde gelden 2012 en 2013 overgedragen aan de AMR van OCW. Deze overgedragen gelden hebben betrekking op bestemmingsreserves voor superevenementen. De NPO doet in 2016 een beroep op de eerder overgedragen gelden om tot een sluitende begroting te komen.

1.4 Budgetaanvraag 2016

In onderstaande tabel is het toegekend budget 2015 (na btw-compensatie) en de budgetaanvraag 2016 weergegeven conform Artikel 2.149 en 2.150 MW. De totale OCW-bijdragen van televisie, radio, gezamenlijkheidskosten en organisatiekosten (zie tabel 6) vormen het programmabudget.

Budgetaanvraag (in euro's)	**Toegekend 2015**	**Aanvraag 2016**
Zendgemachtigden		
NOS	117.945.793	119.125.251
Omroepverenigingen	288.190.881	215.847.425
NTR	49.245.443	52.222.492
2.42-instellingen	19.233.663	-
Zendgemachtigden totaal	**474.615.780**	**387.195.169**
Programmaversterking	195.163.765	289.282.172
Programmabudget	**669.779.545**	**676.477.341**
NPO-organisatie [1] [2]	110.587.855	111.525.064
Meerkosten Superevenementen	-	16.000.000
Stichting Omroep Muziek (SOM) [3]	15.570.687	15.721.394
Stichting BVN	1.475.820	1.490.578
CoBO	7.968.648	8.048.334
Overig totaal	**135.603.010**	**152.785.370**
Subtotaal	**805.382.555**	**829.262.711**

Tabel 3: Toegekend 2015 en budgetaanvraag 2016

1) Inclusief budget ad 0,3 miljoen euro ten behoeve van Caribische Mediavoorziening
2) Inclusief budget ad 0,1 miljoen euro voor Netherlands Information Service
3) Inclusief budget ad 0,5 miljoen euro voor Naburige Rechten

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De OCW-bijdragen in 2016 conform het exploitatieoverzicht 2015-2020 in paragraaf 1.5, bedragen 813.262.711 euro. Tezamen met de extra aanvraag in verband met de meerkosten voor superevenementen ad 16 miljoen euro, bedraagt de totale budgetaanvraag 829.262.711 euro. Dit bedrag komt overeen met de tabel op de vorige pagina.

Het garantiebudget voor de omroepverenigingen ad 215,8 miljoen euro wordt conform Artikel 2.152 en 2.152a MW verdeeld over de verschillende omroepen. Naast deze wettelijke garantie ontvangen de gefuseerde omroepen gedurende de concessieperiode een wettelijk vastgelegde fusiepremie van 5% van het programmabudget[4]. Het totale programmabudget voor 2016 bedraagt 676.477.341 euro. De totale fusiepremie ad 33.823.867 euro wordt gelijk verdeeld over de fusieomroepen.
In onderstaande tabel wordt inzichtelijk gemaakt wat het garantiebudget per (fusie)omroep is.

Garantiebudget per (fusie)omroep	Wettelijke garantie	Fusiepremie	Totaal
AVROTROS	45.681.995	11.274.622	56.956.617
BNN-VARA	45.681.995	11.274.622	56.956.617
KRO-NCRV	45.681.995	11.274.622	56.956.617
EO	22.840.997	0	22.840.997
MAX	22.840.997	0	22.840.997
VPRO	22.840.997	0	22.840.997
HUMAN	3.426.150	0	3.426.150
WNL	3.426.150	0	3.426.150
PowNed	3.426.150	0	3.426.150
Totaal omroepen	**215.847.425**	**33.823.867**	**249.671.292**

Tabel 4: Garantiebudget per (fusie)omroep

4. Zie kamerstuk 33541, nr.3.

De budgetaanvraag 2016 is ten opzichte van budgettoekenning 2015 als volgt tot stand gekomen:

Mutatiebudget	
Toegekend budget 2015	**805.382.555**
Opheffen 2.42-omroepen 1)	-26.233.662
Incidentele herverdeling omroepverenigingen 2)	11.994.264
Incidentele herverdeling NTR 2)	2.005.736
Structurele herverdeling omroepverenigingen 3)	8.645.122
Structurele herverdeling NTR 3)	3.588.541
Budgetkorting NPO - ZBO 4)	-167.000
Subtotaal na budgetkorting	**805.215.556**
Index (1,0 %) - exclusief over Naburige Rechten 5)	8.047.155
Meerkosten Superevenementen 6)	16.000.000
Budgetaanvraag 2016	**829.262.711**

Tabel 5: Mutatiebudget 2015 naar 2016

1) De korting als gevolg van de bezuinigingsopdracht van kabinet-Rutte II gaat in per 2017 en treft met name het budget van de 2.42-omroepen. Deze omroepen worden echter met ingang van de nieuwe concessieperiode 2016-2020 opgeheven. Daardoor valt dit budget in 2016 incidenteel vrij. Het budget in 2015 bedroeg 19 miljoen euro. Hierin was een focuskorting verwerkt van 7 miljoen euro, die tijdelijk werd toegekend aan de zogenaamde host-omroepen, die de 2.42-omroepen zouden opnemen. Rekening houdend met deze focuskorting bedraagt het totale budget van de 2.42-omroepen 26 miljoen euro.
2) Van het voorgenoemde bedrag wordt vanaf 2017 14 miljoen euro gekort. Van het vrijgevallen budget van de 2.42-omroepen (zie 1), is dus 14 miljoen euro incidenteel beschikbaar in 2016. De verdeling van de 14 miljoen euro vindt proportioneel plaats over de omroepverenigingen en de NTR, omdat deze omroepen levensbeschouwelijke programmering gaan verzorgen.
3) Het restant van het vrijgevallen budget bedraagt 12 miljoen euro (26 miljoen euro minus

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

14 miljoen euro). Dit budget is structureel beschikbaar en wordt zodanig verdeeld over de omroepverenigingen en de NTR dat recht wordt gedaan aan de stromingen die deze omroepen gaan vertegenwoordigen binnen levensbeschouwelijke programmering.

4) De ZBO-korting van kabinet-Rutte I in 2016 bedraagt 23 duizend euro en de ZBO-korting van kabinet-Rutte II 144 duizend euro; per saldo 167 duizend euro. Deze bedragen worden gekort op het beschikbare budget van de NPO-organisatie.
5) Voor 2016 wordt gerekend met een index van 1%. In het budget van de SOM wordt jaarlijks budget aangevraagd voor Naburige Rechten ad 0,5 miljoen euro. Dit bedrag wordt niet geïndexeerd.
6) In voorgaande paragraaf is aangegeven dat de (meer)kosten voor superevenementen in 2016 niet gedekt kunnen worden door de beschikbare financiële middelen. In bovenstaande tabel wordt bij de NPO additioneel budget ad 16 miljoen euro aangevraagd uit de AMR ter dekking van het negatief saldo. Dit geld heeft de NPO in de afgelopen jaren zelf gespaard, en in 2012 en 2013 volgens de nieuw geldende regelgeving afgedragen aan de AMR.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

1.5 NPO-budgetkader 2016 verbijzonderd

In onderstaande tabel zijn de budgetkaders voor 2016 weergegeven, verbijzonderd naar platform.

(x 1.000 euro)	TV	Radio	Org Kn	BVN	SOM	CoBO	NPO-org*	Totaal 2016
Bijdragen OCW	483.115	74.389	102.148	1.491	15.721	8.048	128.350	813.263
Bijdragen Raad van Bestuur	32.575	0	0	1.810	0	0	-34.385	0
Inzet ORMA	4.000	0	0	0	0	0	-4.000	0
Programmagebonden EB	25.000	1.463	0	0	0	-1.500	0	24.963
Overige inkomsten	20.000	603	0	1.338	2.793	0	42.378	67.112
Totaal baten	**564.690**	**76.455**	**102.148**	**4.638**	**18.514**	**6.548**	**132.344**	**905.338**
Totaal kosten	-580.690	-76.455	-102.148	-4.638	-18.514	-6.548	-132.344	-921.338
Saldo	**-16.000**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**-16.000**

Tabel 6: Exploitatieoverzicht 2016 per platform

* Inclusief gezamenlijkheidskosten voor de programmering

Beschikbare financiële middelen

Bijdragen OCW
De totale OCW-bijdragen van televisie, radio, gezamenlijkheidskosten en organisatiekosten ad 676,5 miljoen euro komt overeen met het totale programmabudget uit tabel 3 aan het begin van paragraaf 1.4. De OCW-bijdragen voor BVN, SOM, het CoBO en de NPO-organisatie worden separaat genoemd in tabel 3 van paragraaf 1.4.

Bijdragen Raad van Bestuur
De bijdragen van de Raad van Bestuur ad 34,4 miljoen euro bestaan met name uit NPO-brede inkomsten, die de NPO-organisatie ontvangt en vervolgens toevoegt aan de schema's. Deze bijdragen worden ingezet voor themakanalen, versterking dramaproducties, levensbeschouwelijke programmering en BVN.

Inzet ORMA
De Raad van Bestuur heeft een bindende regeling ingevoerd, waarbij een grens wordt gesteld aan de hoogte van de Reserves voor Media-Aanbod (RMA) bij de omroepen. Het surplus in enig jaar dienen de omroepen over te dragen aan de NPO-organisatie. Deze reserves moeten in een volgend kalenderjaar, met de toestemming van de NPO-organisatie, weer ingezet worden voor de programmering (zie Artikel 2.176, lid 1 MW). De precieze overdracht van enig jaar is pas bekend als de intekening voor het volgend kalenderjaar al is gestart en (budgettair) grotendeels is ingevuld. Daardoor kunnen de gelden vaak niet in het opeenvolgende jaar worden toegevoegd aan de programmering. In deze context verzoekt de Raad van Bestuur ontheffing te verlenen op Artikel 2.176, eerste lid, van de Mediawet.

Op basis van de huidige kennis wordt voor 2016 een inzet van 4 miljoen euro verwacht. Omdat de ORMA op de balans van de NPO-organisatie staat, heeft

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

de inzet van ORMA een resultaat verlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie, waardoor het totaal van deze regel voor de hele NPO-begroting nihil is.

Programmagebonden Eigen Bijdragen (EB)
De totale programmagebonden EB die de omroepen inzetten in 2016 wordt ingeschat op 26,5 miljoen euro. Hiervan is circa 1,5 miljoen euro afkomstig van het CoBO-fonds. Omdat het CoBO onderdeel uitmaakt van de totale NPO-begroting, wordt de bijdrage van het CoBO als negatieve programmagebonden EB opgenomen onder het CoBO.

Overige inkomsten
Overige inkomsten moeten conform de Mediawet (Artikel 2.135, lid 1 MW) ingezet worden ten behoeve van de programmering. Ook voor de SOM (o.a. ticketinkomsten) en BVN (o.a. bijdrage Vlaamse Regering) worden overige inkomsten begroot.

Kosten

De totaal beschikbare financiële middelen dienen ter dekking van de totale kosten van de omroepen, de NPO-organisatie, BVN, SOM en het CoBO. Zoals blijkt uit het exploitatieoverzicht, zijn de totale beschikbare financiële middelen onvoldoende om de totale kosten te dekken. Het verwachte exploitatiesaldo bedraagt 16 miljoen euro negatief. Dit tekort heeft betrekking op de meerkosten van de superevenementen in 2016, de Olympische Zomerspelen en het EK voetbal, die niet gedekt kunnen worden uit het reguliere budget.

1.6 Toelichting 2016 per onderdeel

De exploitatietabellen worden per onderdeel in de onderliggende hoofdstukken nader toegelicht en vergeleken met het jaar 2015 uit de aangepaste MJB (zie par.1.3). Aangezien de organisatiekosten platform-overstijgend zijn en los staan van de programmering, worden die cijfers in dit hoofdstuk toegelicht.

Organisatiekostenvergoeding (OK)

De vergoeding voor alle organisatiekosten is genormeerd per omroep en bedraagt 15,1% van het totale mediabudget. In de voorgaande MJB werd nog een percentage genoemd van 16,3%. Het percentage is verlaagd, omdat de extra kosten als gevolg van de gewijzigde btw-wetgeving relatief lager zijn voor de organisatiekosten dan de programmakosten. In deze MJB wordt ervan uitgegaan dat het totale organisatiekostenniveau bij omroepen gelijk is aan de beschikbaar gestelde organisatiekostenvergoeding. In onderstaande tabel wordt de begrote organisatiekostenvergoeding 2016 vergeleken met 2015.

Organisatiekostenvergoeding (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	102.148	100.892	1.256
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	0	0	0
Totaal baten	**102.148**	**100.892**	**1.256**
Totaal kosten	-102.148	-100.892	-1.256
Saldo	**0**	**0**	**0**

Tabel 7: Organisatiekostenvergoeding

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Per saldo stijgt de organisatiekostenvergoeding met 1,3 miljoen euro. Deze stijging bestaat voornamelijk uit een index van 1 miljoen euro.



1.7 NPO-brede aanvraag frictiekosten 2016

In de periode van 2012 tot en met 2014 is uit het OCW-budget voor de NPO het indexbedrag van 2012 ingehouden. Dit bedrag (in totaal 46,5 miljoen euro) is vervolgens binnen de AMR gereserveerd voor de NPO ter dekking van de frictiekosten als gevolg van de opgelegde bezuinigingen. Het Commissariaat voor de Media beoordeelt de aanvragen; momenteel beoordelen zij de aanvragen van de omroep voor de periode 2014. De totale (verwachte) bijdrage in de frictiekosten voor de NPO in de periode 2011-2015 bedraagt ca. 33 miljoen euro.

Als gevolg van de bezuinigingen van kabinet-Rutte II wordt rekening gehouden met frictiekosten die zijn veroorzaakt door het opheffen van de 2.42-zendgemachtigden per 1 januari 2016. In overleg met het ministerie van OCW zal uit de NPO-frictiekostenreservering in de AMR ook een bijdrage worden gegeven ter dekking van deze frictiekosten. Om aanspraak te kunnen maken op deze bijdrage heeft het ministerie van OCW een nieuw frictiekostenprotocol[5] opgesteld. Daarin worden frictiekosten gedefinieerd volgens de vrij strikte definitie reorganisatiekosten in de Richtlijnen voor de Jaarverslaggeving (RJ).

Voor het boekjaar 2015 wordt een totale frictiekostenaanvraag van de 2.42-zendgemachtigden van 4,5 miljoen euro verwacht. De Raad van Bestuur verzoekt de minister om dit bedrag in 2016 conform afspraak in de AMR te bestemmen voor de NPO en in het benodigde ritme uit te keren aan de omroepen die een individuele frictiekostenaanvraag hebben ingediend, op basis van het advies van het Commissariaat voor de Media.

5. Voorschriften Frictiekosten van OCW d.d. 20 mei 2015

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

2. Aanbod

2.1 Publieke waarde

CBP-ambitie Al onze televisieprogramma's en radiozenders hebben publieke waarde.

Alle omroepen binnen de NPO maken vanuit een maatschappelijke betrokkenheid programma's die individuele burgers en groepen in de samenleving de kans geven elkaar te leren kennen in allerlei facetten van hun leven. Dat leidt tot een pluriform aanbod. Maar het gaat er ook om dat mensen worden verrast en uitgedaagd. We willen ook afwijkende perspectieven en nieuwe uitingsvormen laten zien en horen. Door soms dwars te zijn, tegen de gangbare mening in te gaan en altijd onafhankelijk te zijn van commerciële of politieke belangen en beïnvloeding. En we willen aanbod waarbij mensen de mogelijkheid hebben hun kennis te vergroten, zich te ontwikkelen of zich te laten inspireren op cultureel, maatschappelijk of levensbeschouwelijk gebied. Om dat te bevorderen hanteren we de komende jaren de volgende set aan publieke waarden:

1. Onafhankelijk: het aanbod komt onafhankelijk van politieke en commerciële invloeden tot stand.
2. Betrouwbaar: de geleverde informatie is betrouwbaar.
3. Pluriform: het aanbod levert een bijdrage aan de weerspiegeling van verschillende opvattingen en levensbeschouwingen.
4. Divers: het aanbod levert een bijdrage aan de weerspiegeling van verschillende bevolkingsgroepen.
5. Met impact: het aanbod levert een bijdrage aan de sociale samenhang, kwaliteit van democratie en samenleving, culturele participatie, ontwikkeling en ontplooiing van individuele gebruikers.
6. Geëngageerd: het aanbod is gemaakt vanuit een duidelijke maatschappelijke betrokkenheid.
7. Authentiek: het aanbod is oorspronkelijk of betreft echte en herkenbare situaties en mensen.
8. Eigenzinnig: het aanbod wijkt af van gangbare maatschappelijke invalshoeken en perspectieven.

Actie:

- Voor al onze televisieprogramma's en radiozenders rapporteren we hoe het publiek oordeelt over de daaraan gekoppelde publieke waarden.

2.2 Aanbodprioriteiten

CBP-ambitie Journalistiek, Nederlandse series & films, documentaires, muziek & kunst, educatie & informatie en kinderprogrammering hebben prioriteit in ons aanbod; ons publiek herkent ons hierin.

Om in de toekomst een herkenbare positie te behouden leggen we - binnen de aanboddomeinen - de focus op zes aanbodprioriteiten waarin we van oudsher sterk zijn en waarin het publiek ons herkent en waardeert: journalistiek, Nederlandse series & films, documentaires, muziek & kunst, educatie & informatie en kinderprogrammering. We willen deze aanbodprioriteiten extra aandacht geven in de productie, programmering, marketing en promotie van programma's en ervoor zorgen dat ze goed vindbaar zijn. Daarnaast kunnen ze ook prioriteit krijgen in de verdeling van budget, zendtijd en/of plaatsing op onze kanalen en in de schema's.
Zo zullen we binnen de aanbodprioriteiten de komende jaren extra gaan investeren in aanbod dat ook geschikt is voor on demand kijken. Alle aanbodprioriteiten zijn even belangrijk en hebben een speciale positie binnen ons aanbod. Specifiek voor 2016 nemen we ons concrete acties voor met betrekking tot Nederlandse series & films, het NPO-fonds en de kwaliteit van ons journalistieke aanbod.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Aanbodprioriteit Nederlandse films en series

CBP-ambitie De NPO realiseert jaarlijks een substantieel pakket aan Nederlandse films en series. De komende jaren investeren we extra in Nederlands drama dat zich ook leent voor de versterking van de on demand-propositie van de NPO. De NPO levert een bijdrage aan ontwikkeling van jong talent.

Nederlandse series en films (waaronder ook animatie en jeugddrama), spelen een belangrijke rol in onze ambities. In het in toenemende mate door internationale producties gedomineerde medialandschap onderscheiden we ons hierbij met ons Nederlandse aanbod. Door de grote variatie aan thema's streven we naar een evenwichtig beeld van de samenleving en de pluriformiteit van opvattingen en interesses. Series van Nederlandse bodem voorzien in een grote behoefte van het publiek, ook als het gaat om de jongere doelgroepen. Ze bieden ook de mogelijkheid om op een toegankelijke manier relevante maatschappelijke verhalen te vertellen en zijn daarnaast ook belangrijk voor het versterken van ons on demand-aanbod. Reden genoeg er in 2016 fors in te investeren met prominente plaatsing in schema's en volle inzet van marketing en crosspromotie.

CBP-ambitie We realiseren een NPO-fonds voor kwalitatief hoogwaardig Nederlands drama en documentaires met een vast budget. Het fonds werkt met onafhankelijke commissies die op basis van de huidige inhoudelijke criteria van het Mediafonds de projecten gaan beoordelen.

Vanaf 2017 stopt de financiering van het Mediafonds en reserveren we binnen het eigen NPO-budget jaarlijks 16,6 miljoen om de totstandkoming van kwalitatief hoogwaardig, artistiek drama, documentaires en talentontwikkeling binnen deze genres te waarborgen. Tot eind 2016 kan voor deze producties nog een aanvraag worden ingediend bij het Mediafonds. En nemen daarbij alle producties die een langere looptijd kennen dan begin 2017 – ook budgettair – volledig over. Vanaf begin 2017 kan er dan een beroep worden gedaan op het in te stellen NPO-fonds. Voor de werkwijze daarvan hebben we een onafhankelijk advies ingewonnen. Dit advies wordt de komende tijd uitgewerkt tot een voor iedereen helder en transparant proces bij de aanvraag van budget, werkwijze en criteria. Om de transitie zo soepel mogelijk te laten verlopen, consulteert de NPO bij de verdere uitwerking het Mediafonds, CoBO, de omroepen, de drama-, film- en documentaire sector, het Filmfonds en andere fondsen waar het Mediafonds nu mee samenwerkt.

Acties:
- In 2016 versterken we, door een verhoging van het budget, ons (on demand-)aanbod van Nederlandse series, en onderzoeken we de mogelijkheid deze verhoging ook in de komende jaren door te voeren.
- We zetten vol in op de promotie van ons aanbod Nederlandse series en films.
- Begin 2016 is de werkwijze en het inhoudelijk beleid van het NPO-fonds uitgewerkt en gecommuniceerd aan de belanghebbenden. Vanaf begin 2017 zal dit NPO-fonds gaan functioneren.

CoBO

CoBO, afkorting van Co-productiefonds Binnenlandse Omroep, is het verdeelmechanisme van de omroepen voor inkomsten uit o.a. buitenlandse kabeldistributiemaatschappijen en sinds 1996 ook voor OCW-bijdragen ten behoeve van het Filmfonds van de Omroep, Telefilms en Teledocs die worden ingezet om de samenwerking tussen film en televisie te stimuleren. Daarnaast worden de inkomsten van het CoBO gevormd door de, fluctuerende, vergoeding van Belgische en Duitse distributiemaatschappijen

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

voor het doorgeven van het signaal van de Nederlandse publieke zenders. De auteursrechtelijke vergoedingen worden door het CoBO toegekend aan speciale co-producties van de NPO, te weten: podiumkunsten, (Tele)film en documentaire en samenwerkingsverbanden met Duitse en Vlaamse publieke omroepen. De NPO vraagt namens het CoBO het OCW-budget aan voor dit fonds. Het budget behelst alleen de kosten ten behoeve van het programmatisch budget. De kosten voor de CoBO-organisatie maken geen deel uit van de Meerjarenbegroting van de NPO.

CoBO (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	8.048	7.969	80
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	-1.500	-1.500	0
Overige inkomsten	nb	nb	0
Totaal baten	**6.548**	**6.469**	**80**
Totaal kosten	-6.548	-6.469	-80
Saldo	**0**	**0**	**0**

De toename van het budget voor het CoBO bedraagt per saldo 0,1 miljoen euro. Deze bestaat uit de reguliere index ad 1%. Daarnaast ontvangt het CoBO diverse andere inkomsten, voornamelijk van buitenlandse kabelaars. Van de totale baten verstrekt het CoBO gemiddeld 1,5 miljoen euro aan de omroepen te behoeve van de kosten van de programmering. De overige beschikbare middelen worden rechtstreeks verstrekt aan de producenten.

Aanbodprioriteit Journalistiek

CBP-ambitie De kwaliteit van ons nieuws- en opinie-aanbod is verbeterd, onder andere door een gezamenlijke journalistieke code en door ons publiek meer mogelijkheden te geven ons aan te spreken op onze gezamenlijke standaarden.

Redacties en makers binnen de NPO hanteren hoge journalistieke standaarden en zijn kritisch op zichzelf. Daar hoort bij dat het journalistieke principe van hoor en wederhoor altijd toegepast wordt. Dat onafhankelijkheid gegarandeerd is, doordat inhoudelijke verantwoordelijkheden gescheiden zijn van bestuurlijke en financiële. Mee gaan in de snelheid van de huidige nieuwscyclus mag niet ten koste gaan van de betrouwbaarheid. We willen uitdragen welke journalistieke standaarden binnen de NPO worden gehanteerd, hoe deze zijn gewaarborgd en op welke manier wordt omgegaan met kritische vragen van het publiek. Een belangrijke stap daarbij is te komen tot een gezamenlijke journalistieke code.

Omroepen verzorgen een kwalitatief hoogstaand, betrouwbaar en continu nieuws- en opinieaanbod dat aansluit bij het (veranderende) mediagedrag en de (veranderende) behoeften van het publiek. Op basis van deze criteria houden we de komende jaren ons aanbod tegen het licht. In 2016 blijft op televisie het Achtuurjournaal (NOS) op NPO 1 nog een vaste waarde en ligt de focus op NPO 2 op verdieping. Ook zetten we in op nieuwsvoorziening via mobiele apparaten, waarvan vooral ook jongere groepen gebruik maken.

NPO Radio 1 wil de perfecte mix van nieuws, sport, achtergronden, verdieping en opinie verzorgen aansluitend bij de belevingswereld van de luisteraars en hun dagritme. De afgelopen jaren is de beluistering van met name de drive time slots teruggelopen. In 2016 optimaliseren we daarom het uitzendschema in de ochtend en de middag, gericht op een goede plaatsing van nieuws, duiding, opinie en achtergronden. Bij de aanpassing van het schema kijken we de komende jaren ook naar ontwikkelingen in nieuwsconsumptie in algemene zin en de relatie met andere kanalen van de NPO, vanuit een integrale blik.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Daarnaast is op NPO Radio 1 ook betere samenwerking en afstemming nodig. Dit vraagt om dagelijkse coördinatie op de werkvloer. Een andere randvoorwaarde om inhoudelijk leidend te zijn, is een gevarieerd online platform om bezoekers zoveel mogelijk op maat te bedienen.
We organiseren de online activiteiten daarom rond de zender.

Onze muziekzenders hebben een belangrijke informatieve functie. Die willen we komend jaar verder versterken. Op de zenders die al een eigen, speciaal geproduceerd NOS-bulletin kennen (NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO FunX), bekijken we de mogelijkheden om deze uit te breiden. En op NPO Radio 5 onderzoeken we de mogelijkheid te starten met deze bulletins. Daarnaast is er op alle zenders ook in de andere programma's redactionele aandacht voor nieuws en achtergronden passend bij de zender.

Acties:
- De NPO stelt in 2016 een door alle omroepen gedragen journalistieke code op en maakt deze openbaar voor het publiek.
- We optimaliseren de programmering op NPO Radio 1 om beter aan te sluiten bij ontwikkelingen in nieuwsconsumptie.
- Op NPO Radio 1 vergroten we samenwerking en afstemming door het invoeren van dagelijkse coördinatie op de werkvloer en door het organiseren van de online activiteiten rond de zender.
- In 2016 zal waar mogelijk de NOS-nieuwsvoorziening op de zenders NPO Funx, NPO 3FM, NPO Radio 2 en NPO Radio 5 uitgebreid worden, toegesneden op de luisteraars van deze zenders.

2.3 Programmavernieuwing en talentontwikkeling

CBP-ambitie We spelen een voortrekkersrol in programmavernieuwing en talentontwikkeling.

Vernieuwing is de raison d'être van een creatieve onderneming, maar natuurlijk ook noodzakelijk omdat met minder middelen scherpere keuzes gemaakt moeten worden. We willen een voortrekkersrol vervullen als het gaat om inhoudelijke vernieuwing gericht op verjonging. Vernieuwing biedt kansen. Om content te creëren die beter aansluit op de tijdgeest, die interacteert met het publiek en die jongeren beter bereikt. Om met aansprekende presentatoren en dj's het publiek te blijven gidsen, ook in het digitale domein.

Voor radio willen we komend jaar een grote stap zetten om dj- en presentatietalent zich verder te laten ontwikkelen. Onze zenders kunnen vanzelfsprekend niet zonder dj's en presentatoren die als anchor met een publiek profiel hun luisteraars gidsen door nieuws, muziek, achtergronden, lifestyle en cultuur. Voor NPO 3FM hebben we al jaren een opleidingstraject dat jong talent scout, traint en hen vlieguren laat maken. In 2016 wordt dit, in samenwerking met de omroepen, ook voor andere zenders opgepakt. Ook voor huidige presentatoren en dj's kunnen trainingen worden ingezet. Het uitgangspunt is om radiotalent voor alle publieke radiostations te coachen in hun ontwikkeling en opleidingsplaatsen in de nacht te creëren op de zenders NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO Radio 4 en NPO FunX, zodat de publieke omroep een eigen kweekvijver voor talent creëert voor al zijn zenders.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Het is de taak van de publieke omroep om niet alleen veranderingen in de samenleving en de behoeften van het publiek op de voet te volgen, maar waar mogelijk daarop vooruit te lopen. Meer dan voorheen zal de NPO daarom flexibeler omgaan met het programmeren van de televisienetten, waardoor we sneller op de behoeftes van het publiek kunnen inspelen. Dit vereist ook dat ons programma-aanbod steeds in beweging blijft. Voor televisie zal dit tot gevolg hebben dat we met enkele langlopende titels stoppen om ruimte te creëren voor nieuwe programma's. In 2016 ligt er een speciale focus op vernieuwing en verbreding van het educatieve en informatieve aanbod en op programma's die ook aansprekend zijn voor jongere doelgroepen.

Acties:
- Binnen het televisiebudget oormerken we budget voor de ontwikkeling van nieuwe formats en (door)ontwikkeling van programma's; we realiseren met dit budget elke maand minimaal één nieuwe pilot.
- Indien de Mediawet op dit punt wordt gewijzigd, experimenteren we met nieuwe vormen van openheid van het bestel voor externe producenten, conform het Concessiebeleidsplan.
- We investeren binnen ons televisieaanbod in elk geval in vernieuwing en verbreding van het educatieve en informatieve aanbod en in het zoeken naar nieuwe formats en het laten ontwikkelen van programma's op basis van maatschappelijke thema's en onderwerpen die ook aansprekend zijn voor jongere doelgroepen.
- We breiden de opleiding en ontwikkeling van dj's en radiopresentatoren uit naar al onze zenders en intensiveren onze inzet op dit gebied.

2.4 Diversiteit

CBP-ambitie Ons aanbod wordt een betere afspiegeling van bevolkingsgroepen in de samenleving.

De NPO wil de diversiteit in de Nederlandse samenleving zichtbaar maken in zijn aanbod. We willen groepen kennis van elkaar laten nemen, bestaande tegenstellingen inzichtelijk maken en ook bijdragen aan het overbruggen van die tegenstellingen. Dit kan alleen als Nederland zich in onze programma's herkent en we de verhalen van de gehele Nederlandse bevolking vertellen. We zien dit niet alleen als onze plicht in het Nederland van nu, maar juist ook als een creatieve kans om het publiek te verbinden en te verrassen met originele verhalen.

We werken hier al hard aan, maar ons aanbod is nog onvoldoende een afspiegeling van de samenleving, bijvoorbeeld in de mate waarin vrouwen en niet-westerse allochtonen aan het woord en in beeld komen. In 2016 maken we diversiteit in ons aanbod een integraal onderdeel van ons programmeerproces, o.a. door diversiteit één van onze publieke waarden te maken en door in onze communicatie met omroepen in de intekening duidelijker op diversiteit te sturen. Bijvoorbeeld door dit mee te laten wegen in de beoordeling van de ingetekende programma's. Alleen als we in onze dagelijkse programmatische keuzes consequent diversiteit meewegen, kunnen we echte vooruitgang boeken. Dit vraagt tijd. Het gaat immers om het aanpassen van processen en systemen en, belangrijker, onze mindset.

Om de creatieve kansen die diversiteit biedt beter te benutten, gaan we in overleg met omroepen activiteiten opzetten. Bijvoorbeeld meetings om goede voorbeelden te delen, sessies met interessante potentiële

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

programmagasten of sessies om kennis op te doen of te brainstormen over nieuwe ideeën.

Acties:
- We voeren aanpassingen door in ons programmeerproces om diversiteit een integraal onderdeel van onze werkwijze te maken.
- We organiseren activiteiten die omroepmedewerkers nieuwe inspiratie voor onderwerpen, gasten en verhalen bieden.

Toegankelijkheid van ons aanbod
De NPO verbindt Nederlanders met de wereld om hen heen. We doen veel om ons aanbod zo toegankelijk mogelijk te maken voor iedereen. Voor mensen met een auditieve beperking ondertitelen we bijvoorbeeld 95% van onze programma's op NPO 1, NPO 2 en NPO 3, ondersteunen we NOS Journaals en het Jeugdjournaal in de ochtenduren met gebarentolken en verzorgen we live ondertiteling van alle live programma's op NPO 1, NPO 2 en NPO 3. Op de themakanalen wordt momenteel minimaal 50% ondertiteld. En voor mensen met een visuele beperking zijn we aan het onderzoeken wat de mogelijkheden zijn op het gebied van audiodescriptie. Dit houdt in dat er, op momenten dat er in een programma niet gesproken wordt, mondeling wordt beschreven wat er in beeld te zien is.

In 2016 gaan we de ondertitelactiviteiten uitbreiden om een nog betere service te kunnen bieden. We zullen bijvoorbeeld ook een aantal programma's voor kinderen van 0 tot 6 jaar ondertitelen (zonder dat hiervoor een wettelijke verplichting geldt). Ook is het streven om in 2016 reclamespotjes en promo's te ondertitelen. Dat is weliswaar ook niet wettelijk verplicht, maar de dove en slechthorende doelgroep heeft aangegeven dat dit hun nadrukkelijke wens is. Het percentage ondertitelde programma's op de themakanalen zal in de komende jaren geleidelijk aan worden verhoogd.

2.5 Evenementen

CBP-ambitie De NPO draagt bij aan de verbondenheid in de samenleving door de registratie van nationale gebeurtenissen en evenementen en door communities rond kanalen, programma's e.d. te creëren of die te ondersteunen.

De NPO brengt tal van programma's die live, op hetzelfde moment – maar ook via onze gemistdiensten - door velen worden bekeken en beluisterd. Deze programma's bieden een gemeenschappelijke ervaring en vaak ook stof voor gesprek en discussie. We voeden de onderlinge verbondenheid van het publiek door het publiek de mogelijkheid te bieden om ook aanwezig te zijn bij onze evenementen en waar mogelijk ook uit te nodigen deel te nemen. Evenementen met een publieke waarde waren voor ons al belangrijk en worden de komende jaren alleen nog maar belangrijker. Om in 2016 hier nog beter op in te spelen, wil de NPO voor het medium radio een subkanaal Nieuws en Evenementen starten. De NPO heeft hiervoor in zijn Concessiebeleidsplan een aanvraag gedaan. NPO Radio 1 zal daarnaast, net als in 2012, een Sportzomer organiseren waarbij alle omroepen in samenwerking de programmering en verslaglegging van de grote sportevenementen verzorgen. Bij de kunst- en cultuurprogrammering op NPO 2 komt er meer aandacht voor evenementprogrammering, waarbij de kijker ook wordt uitgenodigd deel te nemen.

Door de inzet van verschillende mediatypen (radio, televisie en online) naast elkaar, willen we de impact van evenementen verder versterken. Denk bijvoorbeeld een uitbreiding van de samenwerking tussen NPO 1 en NPO Radio 2 rondom The Passion (EO/RKK/IKON) en de klassieke muziekevenementen op NPO 2 en Radio 4 en de Sportzomer op NPO 1 en NPO Radio 1. Naast verslagleggen van bestaande evenementen, organiseren

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

we ook eigen evenementen. Bekende voorbeelden zijn natuurlijk de radiogedreven evenementen NPO 3FM Serious Request en de NPO Radio 2 Top 2000. We onderzoeken de mogelijkheden voor een nieuw evenement, dat vanuit televisie zal worden ontwikkeld. Daarnaast gaat NPO Radio 2 meer uitzenden vanaf bestaande evenementen, zoals muziekfestivals passend binnen het zenderprofiel, maar ook vanaf sportevenementen.

Acties:
- Op televisie wordt minimaal één nieuw spraakmakend evenement ontwikkeld, waar publiek bij aanwezig kan zijn en de (programmatische) evenementen worden waar mogelijk meer over het jaar verspreid.
- NPO 2 en NPO Radio 4 gaan meer culturele evenementen uitzenden waarbij publieksparticipatie een belangrijke rol speelt. Bijvoorbeeld rondom de Boekenweek.
- NPO Radio 1 gidst luisteraars door de grote sportevenementen in de Sportzomer 2016; een samenwerking tussen alle omroepen op de zender.
- NPO Radio 2 gaat meer uitzenden vanaf evenementen, waaronder sportevenementen.
- De NPO start in 2016 met een subkanaal NPO Nieuws en Evenementen waar ruimte is voor verslaglegging van nationale gebeurtenissen en evenementen.



2.6 Jongeren

CBP-ambitie Het publiek is meer betrokken bij programmatische keuzes: kijkers en luisteraars kunnen via (digitale) consultaties reageren op - of ideeën aandragen voor onze inhoud en strategie en kunnen via één hoofdloket, naast de al bestaande andere loketten, terecht voor vragen over onze programma's en kanalen.

Oudere doelgroepen gebruiken onze radio- en onze televisiekanalen veel meer dan jongere doelgroepen. Deze verschillen blijven ook bestaan als we rekening houden met het feit dat jongeren minder tijd besteden aan lineaire radio en televisie. Wel zijn jongeren grotere gebruikers van onze on demand-kanalen en van onze websites en portals, maar het integrale bereik blijft helaas toch achter. Het beter bereiken van de jongere doelgroep 20 tot 34 jaar is al jaren een flinke uitdaging.

Om jongeren beter te kunnen bereiken moeten er verschillende stappen worden gezet. Ten eerste willen we meer aanbod maken dat aantrekkelijk is voor jongere doelgroepen. Zowel om ze te verbinden aan netten met een breed profiel als om ze te bedienen met specifieke programma's op onze jongerenkanalen NPO 3, NPO 101TV, NPO 3 FM en NPO FunX. In paragraaf 3.2.3 volgt een uitwerking van onze ambities op het gebied van televisie, in paragraaf 3.3.2 worden de ambities voor radio omschreven.

Online gaan we voor jongeren integraal programmeren door de doorverwijzing naar jongerencontent op onze portals en programmasites sterk verbeteren; het zogenoemde jongerenoffensief. We zorgen ervoor dat de redacties van de verschillende op jongeren gerichte programmasites en net- en zenderportals, gebruik kunnen maken van dezelfde content en goed op elkaar afgestemd zijn. Ook de activiteiten van onze dj's en

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

presentatoren op sociale media, de ambassadeurs van onze merken, worden in deze integrale benadering meegenomen. Dit doen we door middel van een timeline-redactie van omroepen die samen 24 uur per dag jongeren gidsen langs voor hen interessante content. Door deze sterkere bundeling van onze content en kanalen hopen we ook veel kennis op te doen. Zowel over de vraag welke content deze doelgroep graag gebruikt als over waar deze past in hun dagritme.

Tot slot willen we ook meer in contact treden met jongeren. Zowel online, op sociale media als in het echte leven. Door aanwezig te zijn op de evenementen die zij bezoeken of door deze zelf te organiseren willen we jongeren aan ons te verbinden, maar ook met elkaar. Ook zullen we sociale media nog nadrukkelijker inzetten om met jongeren in contact te komen. Door aanwezig te zijn in de timeline van jongeren willen we ze wijzen op ons aanbod en ze navigeren naar onze lineaire kanalen, maar vooral ook naar onze eigen sites en portals. Ook op die sites en portals willen we de mogelijkheden om met ons in contact te komen versterken. Zo willen we jongeren de mogelijkheid bieden om ons te laten weten wat zij van onze content vinden door deze te laten beoordelen, maar ook door hen de mogelijkheid te geven te reageren op de video's die zij zien. Hiermee bieden we een platform om het gesprek over ons aanbod voort te zetten in een digitale omgeving. Ook start de NPO ook met een panel van jongeren dat voor een langere periode inzetbaar is voor kwalitatief onderzoek. Met allerlei prikkelende vragen en originele opdrachten leggen we allerlei thema's aan hen voor. Op deze manier hopen we nog beter op de behoeftes in te spelen van ons jonge publiek bij het maken van programma's en kunnen jongeren ook ideeën aandragen. In de community zitten zowel jongeren die al luisteren, kijken en gebruik maken van de NPO-kanalen, maar ook jongeren die dat minder vaak of helemaal niet doen.

Acties:

- We richten een timeline-redactie in die jongerencontent van buiten de NPO integraal samenbrengt om ook uit te zetten op onze eigen sites en portals en verschillende sociale media, maar ook om onze eigen jongeren-content op verschillende NPO-jongerenkanalen beschikbaar te kunnen maken.
- Via gericht onderzoek binnen de doelgroep, krijgen we meer inzicht in de behoeftes van de jongeren doelgroep.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



3. Kanalen

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

3.1 Kanalenpakket vindbaar op npo.nl

Ons streven is om een samenhangend kanalenpakket aan te bieden dat aansluit op alle vormen van televisiekijken en radioluisteren; lineair en on demand[6]. Deze kanalen komen voor het publiek samen in de internetportal npo.nl. Het pluriforme en diverse aanbod van alle omroepen is hier in de volle omvang zichtbaar en vindbaar: zowel de livestreams van de netten en zenders, onze gemistdiensten (NPO Gemist en NPO Plus), tijdelijke livestreams die zichtbaar worden bij belangrijke (nieuws-, sport- of culturele) evenementen en rond speciale programma's, en al ons overige online aanbod. Om npo.nl een sterk, onafhankelijk, publiek domein te laten blijven voor het Nederlandse publiek zullen we het regelmatig vernieuwen en actief promoten. In 2016 zal de verbeterslag zich vooral richten op het beter uitserveren van ons on demand-aanbod en het optimaliseren van de opslag, beheer en het uitspelen van onze kanalen en gebruikersdata, binnen strikte privacy voorwaarden[7]. Het komend jaar staan de livestreams op npo.nl mede in het teken van enkele grote sportevenementen. Zo zal de NPO, als er onvoldoende ruimte is op de lineaire kanalen, via npo.nl en via nos.nl tijdelijke livestreams inzetten om het EK voetbal en de Olympische Zomerspelen toch voor het publiek beschikbaar te maken.

3.2 Televisie

Televisiekijken is voor bijna alle Nederlanders nog steeds de belangrijkste vorm van mediaconsumptie. We zullen in 2016 dan ook vol inzetten op dit belangrijke medium. Onze hoofdkanalen NPO 1, NPO 2, NPO 3 en NPO Zapp blijven de centrale etalages waar we ons brede en diverse aanbod aan het publiek tonen. De themakanalen NPO Nieuws, NPO Politiek, NPO Cultura, NPO 101TV en NPO Best/NPO Zapp Xtra vormen hierop een aanvulling door zich te richten op een specifiek aanbod of publieksgroep. Het gebruik van onze gemistdiensten groeit en we willen ons publiek beter bedienen, door de kwaliteit, de gebruiksmogelijkheden en de vindbaarheid ervan te verbeteren. Het kijken naar programma's kan immers op vele manieren en blijft niet beperkt tot het grote, vaste scherm in de huiskamer, maar gebeurt ook in andere ruimtes en op kleinere schermen zoals laptops, tablets en mobiele telefoons.



6. Zie voor een overzicht van alle kanalen bijlage 1.
7. Zie voor de concrete acties de paragraaf 3.2.4 on demand-kanalen en paragraaf 5.2 Distributie.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

3.2.1 Lineaire hoofdkanalen

CBP-ambitie Het publiek weet ons te vinden door helder geprofileerde en onderling, qua doelgroep, voldoende onderscheiden kanalen.

	NPO 1	NPO 2	NPO 3	NPO Zappelin	NPO Zapp
Positionering	Brede programmamix met actuele en betrouwbare informatie en authentieke programma's die ervoor zorgen dat alle publieksgroepen zich op dit net thuisvoelen.	Verdiepende, informatieve en journalistieke zender voor een publiek dat geïnspireerd en breder geïnformeerd wil worden.	Een net dat aansluit op de leefwereld van een jongere doelgroep met inspirerende, eigentijdse, originele en verrassende programma's en dat uitnodigt tot participatie.	Breed vrolijk platform waar kinderen in een veilige omgeving spelenderwijs leren ontdekken en kunnen ontspannen.	Neemt kinderen serieus met aanbod dat hen raakt, dat ertoe doet en waar je iets van kan leren. Zapp verbindt en nodigt uit tot participatie.
Doelgroep	Alle Nederlanders	35 jaar en ouder	13-34 jaar met een focus op 20-34	2-5 jarigen en meekijkende ouders	6-9 jarigen en 10-12 jarigen
Aanbod	Nieuws, satire, human interest, Nederlands drama, sport en amusement	Achtergronden bij het nieuws, onderzoeksjournalistiek, debat, kennis, kunst en cultuur, maatschappelijke series, documentaires en levensbeschouwing	Films en series, satire, humor, kennis, human interest, muziek en amusement	Muziek, beweging, verhaaltjes, puzzels en animatie	Nieuws, films en series, documentaires, amusement en toegankelijke educatie en informatie
Focus aanbod-prioriteiten	Nederlandse series, journalistiek, informatie	Journalistiek, kunst, educatie en informatie, documentaires	Nederlandse films en series, muziek, educatie	Kinderprogrammering	Kinderprogrammering

De profielen van onze hoofdkanalen zijn in het CBP helder geprofileerd en richten zich op verschillende doelgroepen. Tegelijkertijd blijkt uit onderzoek dat het onderscheid tussen NPO 1 en NPO 2 door het publiek niet altijd even goed wordt herkend. Er wordt in 2016 daarom gestuurd op een sterker onderscheid in het journalistieke aanbod van NPO 1 en NPO 2. Door NPO 2 scherper te profileren als een verdiepende zender, waar ruimte is

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

voor de achtergronden van het nieuws, wordt het onderscheid tussen NPO 1, dat een breder profiel heeft, vergroot. NPO 1 biedt de eerstelijns nieuwsvoorziening en het gesprek van de dag met brede actuele programmering. Op NPO 2 is er ruimte voor meer verdiepende journalistiek, zoals opinie en debat.

We gaan zeer stevig inzetten op meer en gerichter aanbod voor jongeren en jongere leeftijdsgroepen. Oudere doelgroepen maken in ruime mate gebruik van onze televisiekanalen, maar het gebruik door jongere doelgroepen laat nog te wensen over. NPO 1 is de best bekeken en hoogst gewaardeerde zender van Nederland, maar om ook in de toekomst een belangrijke nationale zender voor alle groepen te blijven, moet NPO 1 verjongen. We willen dat de gemiddelde leeftijd van publiek ongeveer gelijk is aan het Nederlandse gemiddelde van 49 jaar; nu ligt de gemiddelde leeftijd van NPO 1 nog op 55 jaar. De inzet is daarom om op NPO 1 meer aanbod te bieden dat ook aantrekkelijk is voor twintigers, dertigers en veertigers.

NPO 3 is opnieuw in ontwikkeling om de stevige ambitie waar te maken het bereik onder 20-34 jarigen te vergroten. Het beter bedienen van de jongere doelgroep 20 tot 34 jaar, is al jaren een flinke uitdaging. De laatste jaren is een aantal titels van NPO 3 naar andere netten verplaatst en ook het stoppen met uitzenden van de Champions League op deze zender heeft de nodige impact. Het vergroten van het bereik zal een meerjarig proces zijn, waar in 2016 een stevige impuls aan wordt gegeven. We zetten we fors in op het verder verbeteren van de herkenbaarheid van de zender en starten met een groot aantal nieuwe programma's. Vanzelfsprekend kleeft hieraan een risico dat die niet meteen aan zullen slaan. Naast slagvaardigheid is echter ook een zeker consistentie belangrijk. Programma's en projecten zullen ook de tijd krijgen zich te bewijzen.

Acties:
- In 2016 wordt ingezet op een betere invulling van de verschillende profielen van NPO 1 en NPO 2.
- NPO 1 zet sterker in op het brede karakter en NPO 2 profileert zich sterker als verdiepende zender.
- NPO 1 zet in op aanbod dat aantrekkelijker is voor jongere doelgroepen.
- NPO 3 richt zich explicieter op 20- tot 34-jarigen.

3.2.2 Lineaire themakanalen
We gaan in 2016 onze tijdloze themakanalen versterken door het aantal kanalen terug te brengen, genres te clusteren en de kanalen meer in samenhang met onze andere kanalen te programmeren. Op de kanalen blijft ruimte voor bijzondere programma's en evenementen met hoge publieke waarde waarvoor op de reguliere netten geen ruimte is.
Op de tijdgebonden themakanalen NPO Nieuws en NPO Politiek is de actualiteit leidend. Beide kanalen brengen veel live aanbod, waar onvoldoende ruimte voor is op de open lineaire kanalen.

Acties:
- We brengen het aantal themakanalen terug naar vier tijdloze kanalen met vijf profielen.
- Het aanbod op de tijdloze themakanalen wordt inhoudelijk versterkt en ook meer in samenhang met de hoofdnetten geprogrammeerd.

3.2.3 On demand-kanalen
CBP-ambitie Ons on demand-aanbod is versterkt en sluit aan op het veranderende kijkgedrag van ons publiek. We hebben NPO Gemist, NPO Plus en overwegen de uitbreiding tot een VOD-dienst met tijdloze programma's.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

CBP-ambitie Ons aanbod is beter afgestemd op de behoeften van de individuele gebruiker door goede gids- en zoekfuncties en relevante kijk- en luisteraanbevelingen.

Uitgesteld kijken ligt steeds vaker in het verlengde van het kijken naar de lineaire kanalen. Het overgrote deel daarvan gebeurt binnen een week, zelfs binnen enkele dagen, na de uitzending op een lineair televisienet. De NPO speelt in op deze behoefte door de huidige gratis gemistdienst uit te breiden en door het publiek zoveel als mogelijk al het aanbod zeven dagen lang gratis aan te bieden, naast voor onbepaalde tijd al het aanbod waarvan omroepen alle rechten in hun bezit hebben. We willen daarnaast in 2016 een aanvullende, zelfstandige NPO Plus-dienst aanbieden. NPO Plus is voor kijkers die een flexibele terugkijkmogelijkheid tot een jaar willen, zonder reclame, in hoge kwaliteit en met de mogelijkheid tot previews. Daarnaast onderzoeken we in 2016 de uitbreiding van NPO Plus tot een VOD-dienst met tijdloze programma's van verschillende seizoenen.

Binnen onze diensten investeren we in functionaliteiten waarmee het publiek thematisch en gemakkelijk al ons aanbod en al onze kanalen kan vinden. In 2016 realiseren we daartoe de mogelijkheid voor het publiek om een eigen NPO-profiel aan te maken. Het publiek krijgt daarmee mogelijkheden om vanuit de individuele behoefte aanbod te zoeken, een playlist aan te maken en door te kijken of te luisteren op andere apparaten.

We stoppen met een flink aantal van onze thematische portals, zoals NPO Doc en NPO Geschiedenis, omdat uit onze analyses blijkt dat het publiek veel van deze thematische portals slecht weet te vinden en vooral gebruikt voor het terugkijken van programma's. Rond belangrijke publieke thema's als wetenschap, geschiedenis en cultuur gaan we dragende televisietitels ontwikkelen of uitbouwen, die als sterke merken lineair en online een eigen publiek opbouwen en de impact van het aanbod vergroten. De ambitie is bijvoorbeeld om van Andere Tijden hèt geschiedenismerk te maken binnen de NPO. Dit terugkijken van programma's gaan we voor specifieke thema's binnen ons aanbod optimaliseren door het maken van thematische uitsnedes in onze gemistdienst npo.nl. Door al ons on demand-aanbod via één plek en player aan te bieden, is het mogelijk beter te monitoren op welke wijze het publiek gebruik maakt van ons aanbod en welke on demand-behoeften het publiek heeft. De daarmee verzamelde informatie, kunnen we als input gebruiken bij het maken en programmeren van programma's en bij de interactie met ons publiek. De NPO hecht er zeer aan dat de privacy van gebruikers te allen tijde is gewaarborgd.

Omdat jongeren vragen om een andere manier van aanspreken en uitserveren van media-aanbod, met meer interactie- en participatiemogelijkheden, kiezen we met onze nieuwe portal npo3.nl voor een aparte strategie en omgeving binnen npo.nl. Een plek die meer aansluit bij de behoeftes die in de jongere doelgroep leven en die – zoals we in paragraaf 2.6 omschreven – ook meer aansluit op de content die voor jongeren op andere plekken wordt geproduceerd.

Acties:
- We breiden onze gratis gemistdienst uit door de mogelijkheid te bieden om zeven dagen lang zoveel mogelijk alle titels terug te kunnen kijken.
- In 2016 bundelen we op NPO Gemist onze programma's rondom een aantal thema's, zodat de vindbaarheid en doorverwijzing van het publiek wordt geoptimaliseerd.
- We doen ervaring op met de dienst NPO Plus met het oog op een doorontwikkeling naar een VOD-dienst met tijdloze programma's van verschillende seizoenen.
- In 2016 realiseren we de mogelijkheid voor het publiek om een eigen

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

NPO-profiel aan te maken, waardoor het publiek nog beter kan worden gegidst door ons aanbod.

- Met npo3.nl starten we in 2016 met een specifiek op jongeren gerichte portal, die inspeelt op het verschuivend kijkgedrag van jongeren en zorgt voor een koppeling met andere jongerenmerken.

3.2.4 Online kanalen

CBP-ambitie Onze online aanbodkanalen en websites hebben meer impact doordat we het aantal hebben teruggebracht en meer hebben geïnvesteerd in interactie, innovatie, crosspromotie en marketing.

Via programmasites, apps, omroepportals, net- en zenderportals en activiteiten op sociale media willen we het contact en de interactie met ons publiek versterken. Binnen deze online omgeving kan het publiek optimaal participeren. Onze websites en portals zijn niet exclusief op één manier te benaderen. Integendeel. Via tal van ingangen en één hoofdingang - rechtstreeks of via zoekmachines en sociale media - heeft ons publiek toegang tot al het aanbod van de NPO. Wel brengen we binnen ons online pakket meer focus aan door voor onze plussites en -apps vooral in te zetten voor het vergroten van de interactie met het publiek. Zenden én ontvangen. Omroepen krijgen daarbij de ruimte om op hun omroepportals bestaande eigen programma's embedded on demand af te spelen via de NPO-player en deze programma's – binnen de begrenzing van het aanbodkanaal – te ordenen op thema's en redactioneel te omlijsten.

De mogelijkheden contact te leggen met de gebruiker zijn talrijk; tweede scherm, Twitter, Facebook, Instagram en wat dies meer zij. Deze vormen van interactie met het publiek zijn voor omroepen en makers vaker een vast onderdeel van de communicatie richting het publiek. Sociale media krijgen ook een steeds belangrijkere rol in de navigatie naar media. Enerzijds omdat vrienden en bekenden elkaar wijzen op content die indruk op hen maakt, maar wellicht nog belangrijker omdat ze ons de mogelijkheid bieden programma's rechtstreeks in hun tijdlijnen te plaatsen. Iets waar we, zoals in de paragraaf 2.6 al benoemd, mee gaan experimenteren bij deze op sociale media actieve doelgroep. Daarnaast kijken we hoe we kanalen van derden als YouTube inventief kunnen gebruiken voor interactie en binding van ons publiek.

Acties:

- We investeren in het vergroten van de interactiemogelijkheden van het publiek op omroepportals, programmasites en -apps.
- We ontwikkelen – binnen onze bestaande beleidskaders - passende concepten voor onze aanwezigheid op platformen van derden (w.o. YouTube).



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Financieel kader 2015

Het mediabudget wordt begroot per aanbodkanaal, zoals opgenomen in het Concessiebeleidsplan. Inhoudelijke keuzes, zoals hiervoor beschreven, hebben lang niet altijd budgettaire consequenties en zijn dan ook vaak niet rechtstreeks terug te zien in de kanaalbegrotingen.

Exploitatietabel televisie 2016

De exploitatietabel voor televisie wordt verbijzonderd naar NPO 1, NPO 2, NPO 3 en NPO Zapp.

TV 2016 (x 1.000 euro)	**NPO 1**	**NPO 2**	**NPO 3**	**NPO Zapp**	**Totaal 2016**	**Totaal 2015***
Bijdragen OCW	229.162	115.179	81.952	56.822	483.115	478.715
Bijdragen Raad van Bestuur	7.852	12.796	8.668	3.259	32.575	11.315
Inzet ORMA	250	3.250	250	250	4.000	8.000
Programmagebonden EB	5.600	14.400	1.700	3.300	25.000	25.000
Overige inkomsten	6.500	10.500	2.000	1.000	20.000	20.000
Totaal baten	**249.364**	**156.125**	**94.570**	**64.631**	**564.690**	**543.030**
Totaal kosten	-265.364	-156.125	-94.570	-64.631	-580.690	-543.030
Saldo	**-16.000**	**0**	**0**	**0**	**-16.000**	**0**

Tabel 8: Exploitatieoverzicht televisie onderverdeeld per net

* 2015 gecorrigeerd voor gezamenlijkheidskosten die begroot worden bij de NPO-organisatie.

Baten

Bijdragen OCW

In 2016 stijgen de totale bijdragen OCW met 4,4 miljoen euro, vanwege indexering à 1%.

Bijdragen Raad van Bestuur

De bijdragen van de Raad van Bestuur zijn grotendeels afkomstig uit NPO-brede inkomsten die worden ontvangen door de NPO-organisatie. Deze gelden worden met name ingezet voor themakanalen en televisie-programmering en komen voor het merendeel via de intekening bij de omroepen terecht.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Inzet overgedragen reserve media aanbod (ORMA)
Op basis van de huidige stand van zaken is het de verwachting dat het restant van de ORMA ultimo 2015 ad 4 miljoen euro in 2016 wordt ingezet. De ORMA zal naar verwachting voornamelijk op NPO 2 worden ingezet. De inzet van ORMA op de andere zenders zal beperkt zijn.

Programmagebonden Eigen Bijdragen (EB)
De totale programmagebonden EB voor 2016 wordt net als 2015 ingeschat op 25 miljoen euro. Hiervan is circa 1,5 miljoen euro afkomstig van het CoBO-fonds. Zoals beschreven in het financieel hoofdstuk (zie paragraaf 1.1) dalen de EB vanaf 2017 vanwege het wegvallen van de bijdrage uit het Mediafonds.

Overige inkomsten
De overige inkomsten voor 2016 worden net als 2015 ingeschat op 20 miljoen euro.

Directe kosten
De kosten voor de programmering stijgen in verband met inflatie, de superevenementen, de aangepaste btw-wetgeving en de extra investering in Nederlands drama. Er wordt het komende jaar gewerkt aan een duidelijkere opbouw en definitie van de posten binnen de directe programmakosten in relatie tot al bestaande verantwoordingsinstrumenten. Dit leidt tot een grotere transparantie.

NPO 1 (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	229.162	207.682	21.480
Bijdragen Raad van Bestuur	7.852	100	7.752
Inzet ORMA	250	4.000	-3.750
Programmagebonden EB	5.600	5.600	0
Overige inkomsten	6.500	6.500	0
Totaal baten	**249.364**	**223.882**	**25.482**
Totaal kosten	-265.364	-223.882	-41.482
Saldo	**-16.000**	**0**	**-16.000**

In 2016 neemt de OCW-bijdrage voor NPO 1 toe met 21,5 miljoen euro. Bij de begroting 2015 is een aanname gedaan voor de stijging als gevolg van de aangepaste btw-wetgeving. Inmiddels is meer zicht op de daadwerkelijke extra btw-last, waardoor de kosten voor NPO 1 (en NPO Zapp) hoger zijn dan de overige netten, onder andere vanwege de btw-last op de kosten voor superevenementen. Daarnaast is het vrijgevallen OCW-budget voor de 2.42-omroepen incidenteel verdeeld over de netten. Deze werd in 2015 geheel begroot bij NPO 2. De stijging wordt tevens veroorzaakt door een verschuiving van een aantal vaste programma's van NPO 2 naar NPO 1 à 6,9 miljoen euro. Ook worden vanaf 2016 de kosten van Online begroot bij de netten. Hiervoor is 5,3 miljoen beschikbaar gesteld.
De bijdrage van de Raad van Bestuur stijgt met 7,8 miljoen euro. Een van de oorzaken van deze stijging is de begroting voor de themakanalen à 3 miljoen euro, die vanaf 2016 onder de netten valt. Daarnaast stelt de Raad van Bestuur 0,9 miljoen euro op NPO 1 beschikbaar voor met name omroepportals, 3 miljoen euro op NPO 1 beschikbaar voor de versterking van Nederlandse dramaproducties en 1 miljoen euro op NPO 1 voor levensbeschouwelijke programmering.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De ORMA zal voornamelijk op NPO 2 worden ingezet en is op de andere zenders beperkt. De programmagebonden EB en Overige inkomsten worden gelijk geschat aan de begroting 2015.

De kosten voor NPO 1 zijn 16 miljoen euro hoger dan de beschikbare middelen. Deze hogere kosten worden veroorzaakt door de meerkosten van de superevenementen (EK voetbal en Olympische Zomerspelen) in 2016. Hierdoor ontstaat een negatief saldo in 2016 ad 16 miljoen. Hiervoor wordt extra budget aangevraagd, afkomstig uit bestemmingsreserves die de NPO heeft overgedragen aan de AMR (zie paragraaf 1.3).

NPO 2 (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	115.179	127.349	-12.169
Bijdragen Raad van Bestuur	12.796	100	12.696
Inzet ORMA	3.250	1.500	1.750
Programmagebonden EB	14.400	14.400	0
Overige inkomsten	10.500	10.500	0
Totaal baten	**156.125**	**153.849**	**2.276**
Totaal kosten	-156.125	-153.849	-2.276
Saldo	**0**	**0**	**0**

In 2016 neemt de OCW-bijdrage voor NPO 2 af met 12,2 miljoen euro. Deze daling wordt met name veroorzaakt door een herverdeling van het budget van de 2.42-omroepen, die voornamelijk programma's uitzonden op NPO 2, over alle netten. Daarnaast verschuift een aantal vaste programma's van NPO 2 naar NPO 1 à 6,9 miljoen euro. Daar tegenover worden vanaf 2016 de kosten van Online begroot bij de netten. Hiervoor is 3,5 miljoen beschikbaar gesteld.

De bijdrage van de Raad van Bestuur stijgt met 12,7 miljoen euro. Een van de oorzaken van deze stijging is de begroting voor de themakanalen à 2 miljoen euro, die vanaf 2016 onder de netten valt. Daarnaast stelt de Raad van Bestuur 0,8 miljoen euro op NPO 2 beschikbaar voor met name omroepportals, 3 miljoen euro op NPO 2 beschikbaar voor de versterking van Nederlandse dramaproducties en 7 miljoen euro op NPO 2 voor levensbeschouwelijke programmering.

De NPO stuurt op een snellere inzet uit ORMA voor de programmering. De verwachting is dat ultimo 2015 slechts 4 miljoen euro resteert, die voornamelijk ingezet wordt op NPO 2. De programmagebonden EB en Overige inkomsten worden gelijk geschat aan de begroting 2015.
De kosten voor NPO 2 zijn gelijk aan de totale beschikbare middelen, waardoor een budgetneutraal resultaat wordt verwacht.

NPO 3 (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	81.952	78.119	3.833
Bijdragen Raad van Bestuur	8.668	2.100	6.568
Inzet ORMA	250	1.500	-1.250
Programmagebonden EB	1.700	1.700	0
Overige inkomsten	2.000	2.000	0
Totaal baten	**94.570**	**85.419**	**9.151**
Totaal kosten	-94.570	-85.419	-9.151
Saldo	**0**	**0**	**0**

In 2016 neemt de OCW-bijdrage voor NPO 3 toe met 3,8 miljoen euro. Deze stijging wordt met name veroorzaakt doordat vanaf 2016 de kosten van Online begroot worden bij de netten. Hiervoor is 4,2 miljoen beschikbaar gesteld. De bijdrage van de Raad van Bestuur stijgt met

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

6,6 miljoen euro. Een van de oorzaken van deze stijging is de begroting voor de themakanalen à 2 miljoen euro, die vanaf 2016 onder de netten valt. Daarnaast stelt de Raad van Bestuur 1,1 miljoen euro op NPO 3 beschikbaar voor met name omroepportals, 3 miljoen euro op NPO 3 beschikbaar voor de versterking van Nederlandse dramaproducties en 0,5 miljoen euro op NPO 3 voor levensbeschouwelijke programmering. Daartegenover is de bijdrage vanuit de Raad van Bestuur 2 miljoen euro lager, omdat de uitzendrechten voor de UEFA Champions League vanaf 2016 niet meer bij de NOS liggen.

De NPO stuurt op een snellere inzet uit ORMA voor de programmering. De verwachting is dat ultimo 2015 slechts 4 miljoen euro resteert, die slechts voor een klein deel wordt ingezet op NPO 3. De programmagebonden EB en Overige inkomsten worden gelijk geschat aan de begroting 2015.
De kosten voor NPO 3 zijn gelijk aan de totale beschikbare middelen, waardoor een budgetneutraal resultaat wordt verwacht.

NPO Zapp (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	56.822	49.344	7.478
Bijdragen Raad van Bestuur	3.259	40	3.219
Inzet ORMA	250	1.000	-750
Programmagebonden EB	3.300	3.300	0
Overige inkomsten	1.000	1.000	0
Totaal baten	**64.631**	**54.684**	**9.947**
Totaal kosten	-64.631	-54.684	-9.947
Saldo	**0**	**0**	**0**

In 2016 neemt de OCW-bijdrage voor NPO Zapp toe met 7,5 miljoen euro. Bij de begroting 2015 is een aanname gedaan voor de stijging als gevolg van de aangepaste btw-wetgeving. Inmiddels is meer zicht op de daadwerkelijke extra btw-last, waardoor de kosten NPO Zapp (en NPO 1) hoger zijn dan de overige netten. Daarnaast is het vrijgevallen OCW-budget voor de 2.42-omroepen incidenteel verdeeld over de netten. Deze werd in 2015 geheel begroot bij NPO 2. Tevens worden vanaf 2016 de kosten van Online begroot bij de netten. Hiervoor is 3,0 miljoen beschikbaar gesteld.
De bijdrage van de Raad van Bestuur stijgt met 3,2 miljoen euro. Een van de oorzaken van deze stijging is de begroting voor de themakanalen à 1 miljoen euro, die vanaf 2016 onder de netten valt. Daarnaast stelt de Raad van Bestuur 0,7 miljoen euro op NPO Zapp beschikbaar voor met name omroepportals, 1 miljoen euro op NPO Zapp beschikbaar voor de versterking van Nederlandse dramaproducties en 0,5 miljoen euro op NPO Zapp voor levensbeschouwelijke programmering. De verwachting is dat de inzet van ORMA op NPO Zapp daalt. De programmagebonden EB en Overige inkomsten worden gelijk geschat aan de begroting 2015. De kosten voor NPO Zapp zijn gelijk aan de totale beschikbare middelen, waardoor een budgetneutraal resultaat wordt verwacht.

Themakanalen

Kruisbestuiving en crosspromotie vanuit de open netten zijn de belangrijkste middelen om kijkers te werven voor themakanalen. Om deze reden is er voor gekozen de kosten van themakanalen te verdelen over de netten en niet meer separaat zichtbaar te maken in het exploitatie-overzicht (zie tabel 8).

De kerntaken voor de themakanalen die onder de verantwoording van de NPO worden verricht, zoals distributie, eindregie en programmering worden gefinancierd uit het NPO-budget (zie hoofdstuk NPO-organisatie). De themakanalen worden sinds 2014 volledig bekostigd uit bijdrage van de Raad van Bestuur. De bedrage bestaat bij de begroting themakanalen puur

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

uit inkomsten uit distributie. Het gehele budget wordt via de NPO toegekend aan de themakanalen en wordt daarom verantwoord op de regel bijdragen Raad van Bestuur.

De Raad van Bestuur stelt in 2016 uit eigen middelen 8 miljoen euro beschikbaar voor de programmering van themakanalen. Dit budget is verdeeld over de netten.

Stichting BVN

BVN (het Beste van Vlaanderen en Nederland) is een wereldwijd te ontvangen satellietzender met een compilatie van programma's van de Vlaamse en Nederlandse publieke tv-zenders. Deze specifiek op alle Nederlandstaligen in het buitenland gerichte zender biedt vooral programmering waarbij nieuws, actualiteiten en evenementen centraal staan. Daarnaast is er ook een kwalitatief aanbod van programma's die informeren, inspireren en zich onderscheiden. De BVN-uitvoeringsorganisatie is ondergebracht bij de NPO.

BVN (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	1.491	1.476	15
Bijdragen Raad van Bestuur	1.810	1.792	18
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	1.338	1.338	0
Totaal baten	**4.638**	**4.605**	**33**
Totaal kosten	-4.638	-4.605	-33
Saldo	**0**	**0**	**0**

De NPO-organisatie vraagt sinds 2013 apart budget bij OCW aan voor deze stichting. Voor 2016 bedraagt dit budget afgerond 1,5 miljoen euro. De mutatie ten opzichte van 2015 betreft de index ad 1%. De bijdragen van de Raad van Bestuur is voor 2016, afgerond, 1,8 miljoen en de Vlaamse Regering zal naar verwachting weer circa 1,3 miljoen euro bijdragen (zie overige inkomsten). De totale bedrijfsopbrengsten voor de Stichting BVN komt daarmee op 4,6 miljoen euro.

De mediavoorziening voor de Caribische eilanden, aangevraagd in het budget van de NPO-organisatie, wordt vooralsnog verzorgd door de NTR. Het gaat voor 2016 om een budget van 0,3 miljoen euro.

Online televisie

De kosten van Online worden verdeeld over de netten. Online betreft met name programmagerelateerde websites/apps/social als extensie van de programmering. Daarnaast bevat Online begrote kosten voor netportals. Een aantal thematische portals wordt stopgezet; dit budget wordt ingezet voor verdere versterking van de plussites. De thematische portals nos.nl en schooltv.nl worden respectievelijk begroot bij NPO 1 en NPO Zapp.

Online (x 1.000 euro)	**2016**
Sites / apps	6.776
Netportals	2.722
Thematische portals	2.703
Innovatie en experiment	1.759
Sociale media	2.053
Basisbudget omroepportals	3.487
Totaal	**19.500**

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

In de begroting is geen rekening gehouden met inzet uit ORMA, EB of overige inkomsten. Het kan echter wel voorkomen dat bij de intekening en de realisatie deze extra middelen ingezet worden voor de (extra) kosten. Online rechten voor npo.nl worden vooralsnog begroot bij de kanalen waar de titels het eerst lineair vertoond worden, omdat er integrale rechten-pakketten per titel worden verworven.



3.3 Radio

Voor veel Nederlanders is het luisteren naar de radio overdag de belang-rijkste media-activiteit. Onze zenders zorgen daarbij voor een ritme in de dag, functioneren als gids, en bieden informatie en achtergronden die aansluiten bij de behoeften van luisteraars. Door de grote flexibiliteit en de interactie met luisteraars kunnen presentatoren spontaan inspelen op wendingen in het nieuws of gebeurtenissen tijdens hun programma. Sterke zenders met een duidelijk profiel en een sterke merkwaarde zijn in de ogen van het publiek belangrijkst. Ondanks de ruime mogelijkheden die luisteraars hebben om naar nieuwe online radiokanalen te luisteren, fragmenteert het luistergedrag nauwelijks. Om aan te blijven sluiten bij het publiek richten we ons daarom de komende jaren op sterke hoofdkanalen en sterke merken voor de luisteraars.

Hiervoor zetten we ook in 2016 een gevarieerd pakket in; van nieuws en opinie tot klassieke muziek tot en met urban en diverse popgenres. Altijd met veel aandacht voor Nederlands product, live muziek en het culturele leven in Nederland. Ons radioportfolio bestaat in 2016 uit zes lineaire hoofdkanalen (NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO Radio 4, NPO Radio 5 en NPO FunX), negen subkanalen in het verlengde hiervan, en online kanalen (zenderportals).

Vanzelfsprekend zijn we ook aanwezig op externe kanalen, zoals sociale media, om ons aanbod op een creatieve manier onder de aandacht te brengen en om interactie met ons publiek aan te gaan.
Door deze combinatie van verschillende soorten aanbod vervullen onze radiozenders een belangrijke publieke functie; die van onafhankelijke bron van nieuws en opinie, en die van supporter van het Nederlandse muziekleven.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

3.3.1 Lineaire kanalen

CBP-ambitie Onze verbindende radiozenders (NPO FunX, NPO 3FM, NPO Radio 2, NPO Radio 5), worden 360°-merken die luisteraars gidsen in maatschappelijke onderwerpen, nieuws, muziek en cultuur.

Ons radioportfolio bestaat vanaf 2016 uit zes sterke lineaire hoofdkanalen (NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO Radio 4, NPO Radio 5 en NPO FunX). We brengen het aantal subkanalen terug; in het verlengde van de hoofdkanalen zijn er negen[8] lineaire subkanalen, met uitsneden van het aanbod op de hoofdkanalen (bv. NPO 3FM Alternative en NPO Radio 4 Eigentijds). Hiermee worden de eerste scherpe keuzes zichtbaar die op basis van het Concessiebeleidsplan worden gemaakt. Scherpe keuzes die het mogelijk maken om meer middelen te investeren in een beperkter aantal activiteiten. Zo vervalt NPO Radio 6 als hoofdkanaal, terwijl het genre soul & jazz beschikbaar blijft in de vorm van een subkanaal onder NPO Radio 2. Op dit kanaal komt een gepresenteerd jazzprogramma met aandacht voor Nederlands talent. Zo blijven we ruimte bieden voor duiding op het gebied van jazz. Ook zal de hoofdzender NPO Radio 2 meer aandacht gaan besteden aan soul.

Om ons portfolio optimaal in te richten, willen we daarnaast starten met twee nieuwe subkanalen[9]: NPO Nieuws en Evenementen (met verslaggeving van evenementen, belangrijke persconferenties, debatten en dergelijke) en NPO FunX Turkpop (om het muziekprofiel van NPO FunX verder uit te diepen met een onderscheidend genre).

Daarnaast spelen ook onlinekanalen, te weten de zenderportals, een belangrijke rol in ons radioportfolio. Hier vindt ons publiek informatie over een breed scala aan voor hen relevante onderwerpen: nieuws, opinie en debat, muziekinformatie, festivalinfo, lifestyle. Ook zijn de zenderportals een plek waar we interactie met onze luisteraars zoeken. Van reacties op uitzendingen tot festivalverslagen en debat naar aanleiding van nieuws en achtergronden op de zender. We willen deze zenderportals nog sterker gaan neerzetten als de landingsplaats waar de zender als betrouwbare expert zijn luisteraars gidst door het enorme aanbod aan muziek, nieuws en achtergronden.

De middelen die vrijvallen door de scherpe keuzes die we maken, investeren we in de versterking van de resterende hoofdkanalen. Daarbij houden we er rekening mee dat 2016 een tussenjaar is, tussen bezuinigingen in het kader van Rutte I in de voorgaande jaren en nieuwe bezuinigingen in 2017. In 2016 houden we al wel rekening met deze nieuwe bezuinigingen. De incidenteel beschikbare middelen in 2016 worden ingezet voor incidentele activiteiten.

De versterkingen in de programmering houden bijvoorbeeld in: evenementen, projecten, vormgeving, onderzoek en online. Dit biedt de mogelijkheid de 360°-functie van onze verbindende zenders verder te versterken: meer verslag van evenementen, een crossmediaal jongerenproject dat de gidsfunctie van de jongerenzenders versterkt en meer online content, bijvoorbeeld over culturele uitingen.

Daarnaast hebben we keuzes gemaakt wat specifieke levensbeschouwing en educatie betreft. Vanuit de inzet om het totale portfolio van de NPO integraal te benaderen hebben we ervoor gekozen te stoppen met de specifieke thematische programmering zoals we die kennen in de avonden op NPO Radio 5. De radioluisteraar toont steeds minder interesse voor dit soort content via deze gesegmenteerde manier van aanbieden. De content is op andere wijze gemakkelijker te vinden en helderder te programmeren. Daarom gaan we deze genres geïntegreerd binnen de context van onze

8. De NPO heeft voor twee nieuw te starten subkanalen (NPO Nieuws en Evenementen en NPO FunX Turkpop) een aanvraag gedaan in het CBP 2016-2020. De staatssecretaris van OCW neemt hierover nog een beslissing.
9. De NPO heeft hiervoor een aanvraag gedaan in het CBP 2016-2020. De staatssecretaris van OCW neemt hierover nog een beslissing.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

zenders aanbieden. Voor levensbeschouwing op een journalistieke manier op NPO Radio 1, in relatie tot klassieke muziek op NPO Radio 4 en meer aan leefstijl gerelateerd op NPO Radio 5. Dat betekent voor NPO Radio 5, dat tot op heden geen eenduidige profiel had, dat het profiel voor de gehele zender wordt gebaseerd op het Nostalgia-profiel van de huidige dag-programmering. Tevens komen op deze wijze middelen beschikbaar die we kunnen inzetten om de overige zenders te versterken.

Op twee van onze radiozenders, NPO Radio 2 en NPO 3FM, hebben we in 2015 al ingrijpende wijzigingen in de programmering doorgevoerd. Denk bijvoorbeeld aan de start van veel nieuwe programma's op NPO 3FM, waarbij we bewust ruimte hebben gemaakt voor jong talent. We volgen de ontwikkeling van deze programma's in 2015 en finetunen dit waar nodig. NPO Radio 4 heeft in de afgelopen jaren zijn programmering flink aan-gepast. In 2016 continueren we deze programmering en zetten we in op het versterken van de samenwerking tussen de omroepen op de zender als ook tussen de zender en andere NPO-kanalen, zoals NPO 2.

Acties:

- NPO Radio 5 krijgt één profiel, waarbij levensbeschouwelijk aanbod alleen aan bod komt als dat past binnen de kaders van dit profiel.
- Onze verbindende zenders bouwen hun 360°-benadering verder uit, bijvoorbeeld:
  - NPO FunX en NPO Radio 2 ontwikkelen nieuwe thema's en evenementen rond muziek(cultuur) en maatschappelijke onderwerpen.
  - NPO 3FM en NPO FunX versterken in samenwerking met de omroepen hun online gidsfunctie op het gebied van nieuwe muziek, lifestyle en cultuuruitingen, vanuit hun bijdrage aan het nieuwe crossmediale jongerenoffensief.

3.3.2 Online kanalen

CBP-ambitie Onze online aanbodkanalen en websites hebben meer impact doordat we het aantal hebben teruggebracht en meer hebben geïnvesteerd in interactie, innovatie, crosspromotie en marketing.

Bij radio nemen we vanaf 2016 de zenderportals als vertrekpunt voor de online activiteiten. Dit omdat we merken dat deze zenderportals op een veel grotere belangstelling van ons publiek mogen rekenen dan afzonder-lijke sites bij elkaar opgeteld. We willen deze portals nog sterker gaan neerzetten als de landingsplaats waar de omroepen die actief zijn op de zender als betrouwbare experts hun luisteraars gidsen door het enorme aanbod aan muziek, nieuws en achtergronden. Omroepen maken media-aanbod, de NPO coördineert en draagt zorg voor de gezamenlijkheid. Programmagerelateerde online activiteiten blijven mogelijk en vinden plaats binnen de zenderportals. Ook de sociale media-activiteiten zijn gegroepeerd rondom de zenderportals. Zo willen we de impact van ons online aanbod rondom radio nog verder versterken.

De portals zijn ook de plek van waaruit de interactie met onze luisteraars plaatsvindt. De online redacteuren, werkzaam bij omroepen, leggen contact met het publiek, dat via bijvoorbeeld reacties op uitzendingen, festivalverslagen en ingezonden filmpjes kan reageren. We blijven hierin vernieuwen en nieuwe manieren zoeken om ons publiek te betrekken. Voor jongeren gaan we dit gericht doen met een nieuw crossmediaal jongeren-project dat in 2016 van start gaat (zie paragraaf 2.6). Het betreft een samenwerking tussen online van NPO 3, NPO 3FM en NPO FunX en alle omroepsites en -portals die betrokken zijn bij het bereiken van jongeren online. Deze samenwerking tussen zoveel omroepen, waaronder NOS via NOSop3 online, en NPO is een grote stap in onze ambitie om jongeren beter te gaan bedienen. Vrijvallende middelen door het opheffen van

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

NPO Radio 6 investeren we met name in dit project (met een primaire focus op NPO 3FM en NPO FunX online).

Acties:
- We nemen met ingang van 2016 de zenderportals als vertrekpunt voor onze radio online activiteiten.
- We starten een crossmediaal project waarbij de sites en portals die betrokken zijn bij het bereiken van jongeren, samenwerken om deze groepen beter te bedienen.

Het belang van on demand-kanalen is bij radio veel kleiner dan bij televisie. Anders dan bij televisie blijft bij radio live – en dus tijdgebonden - luisteren absoluut dominant. Het terugluisteren van uitzendingen of on demand beluisteren van fragmenten neemt slechts een miniem deel van de luistertijd in beslag. In het luisteren naar eigen muziek zien we echter wel een verandering. Vooral jongere doelgroepen luisteren steeds meer via streaming-diensten zoals Spotify, dan naar eigen muziek (bijvoorbeeld cd's of iTunes). We anticiperen op deze ontwikkeling door goed op te letten hoe we de traditionele functies van onze muziekzenders zoals het ontdekken van nieuwe muziek, gidsen en cureren, op een eigentijdse en effectieve manier kunnen invullen, zodat ze aansluiten bij nieuw mediagedrag en nieuwe wijzen van audiodistributie. We willen daarbij de publieke en maatschappelijke waarde van onze kanalen verder versterken.

Daarnaast integreren we in 2016 het on demand-kanaal woord.nl binnen onze portal npo.nl. Het is zo makkelijker vindbaar en we kunnen een breder publiek op npo.nl op dit aanbod wijzen.



Financieel kader

Het mediabudget wordt begroot per aanbodkanaal, zoals opgenomen in het Concessiebeleidsplan. Inhoudelijke keuzes, zoals hierboven beschreven, hebben lang niet altijd budgettaire consequenties en zijn dan ook vaak niet rechtstreeks terug te zien in de kanaalbegrotingen.

Exploitatietabel Radio 2016

In onderstaande tabel wordt de exploitatietabel 2016 voor Radio verbijzonderd naar de diverse radiozenders.

Radio 2016 (x 1.000 euro)	**NPO Radio 1**	**NPO Radio 2**	**NPO 3FM**	**NPO Radio 4**	**NPO Radio 5**	**NPO FUNX**	**Totaal 2016**	**Totaal 2015***
Bijdragen OCW	37.204	8.350	11.828	8.591	5.187	3.230	74.389	74.114
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0	0	0	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0	0	0	0	0	0
Programmagebonden EB	1.017	14	51	358	23	0	1.463	1.160
Overige inkomsten	561	33	0	0	9	0	603	2.406
Totaal baten	**38.782**	**8.397**	**11.879**	**8.949**	**5.219**	**3.230**	**76.455**	**77.680**
Totaal kosten	-38.782	-8.397	-11.879	-8.949	-5.219	-3.230	-76.455	-77.680
Saldo	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Tabel 9: exploitatieoverzicht Radio onderverdeeld per zender

* 2015 gecorrigeerd voor gezamenlijkheidskosten die begroot worden bij de NPO-organisatie.

Baten

In 2016 neemt de OCW-bijdrage met 0,3 miljoen euro toe als gevolg van een indexatie ad 1%. De inschatting van de programmagebonden EB en overige inkomsten wordt gebaseerd op de gerealiseerde baten 2014.

Kosten

Het vrijgekomen budget vanwege het opheffen van NPO Radio 6 en de 2.42-omroepen, die met name uitzonden op NPO Radio 5, en de index in 2016 wordt ingezet voor nieuwe doeleinden. Daarbij houden we vanzelfsprekend rekening met het incidentele karakter van het vrijgevallen

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

budget van de 2.42-omroepen, omdat dit budget vanaf 2017 daadwerkelijk wordt gekort. De investeringen vinden met name plaats in een crossmediaal project gericht op het beter bedienen van jongeren op onder andere NPO 3FM en NPO FunX, de Sportzomer op NPO Radio 1 in het kader van het superevenementenjaar en ter dekking van het tekort op diverse evenementen.

NPO Radio 1 (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	37.204	34.459	2.745
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	1.017	630	387
Overige inkomsten	561	1.245	-684
Totaal baten	**38.782**	**36.334**	**2.448**
Totaal kosten	-38.782	-36.334	-2.448
Saldo	**0**	**0**	**0**

De toename in de OCW-bijdrage voor NPO Radio 1 ad 2,7 miljoen euro wordt met name veroorzaakt doordat de online activiteiten vanaf 2016 per zender worden begroot. De online activiteiten voor NPO Radio 1 in 2016 bedragen 1,6 miljoen euro. Daarnaast hebben we extra budget vrijgemaakt voor programmacoördinatie en wordt een indexatie toegepast. De programmagebonden EB en overige inkomsten zijn gebaseerd op de realisatiecijfers 2014. De daadwerkelijke baten zijn sterk afhankelijk van enerzijds de programmering en bijdragen derden en anderzijds de activiteiten en resultaten van de omroepen.

NPO Radio 2 (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	8.350	7.241	1.109
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	14	40	-26
Overige inkomsten	33	845	-812
Totaal baten	**8.397**	**8.126**	**271**
Totaal kosten	-8.397	-8.126	-271
Saldo	**0**	**0**	**0**

De toename in de OCW-bijdrage ad 1,1 miljoen euro wordt met name veroorzaakt doordat de online activiteiten vanaf 2016 per zender worden begroot, door uitbreiding van de evenementen, integratie van soul & jazz en de invulling van de nachtprogrammering. De online activiteiten voor NPO Radio 2 in 2016 bedragen 0,45 miljoen euro. Daarnaast wordt een indexatie toegepast. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

NPO 3FM (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	11.828	6.744	5.084
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	51	35	16
Overige inkomsten	0	265	-265
Totaal baten	**11.879**	**7.044**	**4.835**
Totaal kosten	-11.879	-7.044	-4.835
Saldo	**0**	**0**	**0**

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De toename in de OCW-bijdrage voor NPO 3FM ad 5,1 miljoen euro wordt met name veroorzaakt doordat de online activiteiten vanaf 2016 per zender worden begroot. De online activiteiten voor NPO 3FM in 2016 bedragen 4,8 miljoen euro, met name in het kader van het crossmediale jongerenproject. Daarnaast is budget voor NPO 3FM Awards en NPO 3FM Serious Request verschoven van gezamenlijkheidskosten naar NPO 3FM-budget. Daar staat tegenover dat we van enkele programma's de slotbedragen hebben verlaagd. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

NPO Radio 4 (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	8.591	8.034	557
Bijdragen RvB	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	358	385	-27
Overige inkomsten	0	0	0
Totaal baten	**8.949**	**8.419**	**530**
Totaal kosten	-8.949	-8.419	-530
Saldo	**0**	**0**	**0**

De toename in de OCW-bijdrage voor NPO Radio 4 ad 0,6 miljoen euro wordt met name veroorzaakt doordat we de online activiteiten vanaf 2016 begroten per zender. De online activiteiten voor NPO Radio 4 in 2016 bedragen 0,4 miljoen euro. Bovendien wordt er een indexatie toegepast. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

NPO Radio 5 (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	5.187	7.893	-2.706
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	23	50	-27
Overige inkomsten	9	51	-42
Totaal baten	**5.219**	**7.994**	**-2.775**
Totaal kosten	-5.219	-7.994	2.775
Saldo	**0**	**0**	**0**

De afname in de OCW-bijdrage voor NPO Radio 5 ad 2,7 miljoen euro wordt met name veroorzaakt doordat we het budget voor de 2.42-omroepen (incidenteel) herverdelen naar nieuwe doeleinden. Ook is op NPO Radio 5 de programmering aangepast vanwege scherpere profilering. Daar staat tegenover dat we vanaf 2016 de online activiteiten begroten per zender. De online activiteiten voor NPO Radio 5 in 2016 bedragen 0,4 miljoen euro. En bovendien passen we indexatie toe. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

NPO FUNX (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	3.230	2.403	827
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	0	0	0
Totaal baten	**3.230**	**2.403**	**827**
Totaal kosten	-3.230	-2.403	-827
Saldo	**0**	**0**	**0**

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De toename in de OCW-bijdrage voor NPO FunX ad 0,8 miljoen euro wordt met name veroorzaakt doordat we de online activiteiten vanaf 2016 begroten per zender. De online activiteiten voor FunX in 2016 bedragen 0,7 miljoen euro. Voor de toelichting van de overige mutaties wordt verwezen naar de toelichting bij NPO Radio 1.

Online Radio

Ten opzichte van voorgaande MJB, worden de Online kosten niet separaat begroot, maar verdeeld over de zenders. Online betreft met name programmagerelateerde websites / apps / social als extensie van de programmering. Daarnaast bevat Online begrote kosten voor de zender-portals. In totaal worden de volgende kosten voor radiogerelateerde online activiteiten begroot.

Online (x 1.000 euro)	**2016**
Sites	60
Zenderportals	6.992
Thematische portals	680
Social Media	540
Totaal	**8.272**

Stichting Omroep Muziek (SOM)

Het budget voor de SOM wordt door de NPO aangevraagd. De SOM-ensembles en -series spelen een cruciale rol op onze kanalen en het levende muziekbeleid van de NPO. Zeker op NPO Radio 4 is de inzet van de SOM zeer waardevol en draagt deze bij aan de spilfunctie die de zender in de klassieke muziek wil vervullen. In bijlage 2 staat een nadere beleids-matige toelichting van de SOM.

SOM (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Bijdragen OCW	15.721	15.571	151
Bijdragen Raad van Bestuur	0	0	0
Inzet ORMA	0	0	0
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	2.793	2.060	733
Totaal baten	**18.514**	**17.631**	**884**
Totaal kosten	-18.514	-17.631	-884
Saldo	**0**	**0**	**0**

De mutatie ad 0,2 miljoen euro wordt veroorzaakt door het toevoegen van de index ad 1%. De overige inkomsten bestaan met name uit ticket-inkomsten. Vanuit het platform Radio ontvangt de SOM via de Geld-op-Schema-systematiek tevens bijdragen voor levende muziek. Deze baten en lasten worden alleen verantwoord onder NPO Radio 4 om dubbelingen te voorkomen.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

4. Publiek en partners

4.1 Publiek

Waardering

CBP-ambitie De NPO heeft inzicht in zijn prestaties en deelt die met zijn publiek, onder andere via de NPO-portal.

Omdat publieke waarde en kwaliteit van ons aanbod lastig eenduidig te operationaliseren zijn, want voor verschillende uitleg vatbaar, gebruiken we verschillende onderzoeksinstrumenten om inzicht in te verkrijgen in de beleving ervan door het publiek. De uitkomsten van de verschillende metingen maken we openbaar op onze website, waardoor binnen en buiten de NPO de kwaliteit en publieke waarde van ons aanbod beter kan worden besproken.

Acties:

- Ontwikkeling van onderzoeksinstrumenten voor het meten van publieke waarden en kwaliteit.
- Publicatie van de uitkomsten van de metingen op de website van de NPO.

Bereik

CBP-ambitie We realiseren – vooralsnog gericht voor een aantal genres en doelgroepen – een integrale aanbod- en programmeerstrategie, waarbij we onze programma's op de voor dat genre en die doelgroep meest geschikte kanalen plaatsen en kanalen en programma's aanbieden op het door onze doelgroepen gewenste mediumtype, apparaat en moment van de dag.

CBP-ambitie Nieuwe meetinstrumenten geven inzicht in het integraal bereik van onze programma's over alle platformen heen en in sociale interactie. Deze komen naast of in plaats van de al bestaande instrumenten die inzicht bieden in bereik en waardering.

Integraal programmeren betekent dat we op een andere manier ons bereik onder het publiek moeten gaan beoordelen. We hoeven niet met elk afzonderlijk medium alle publieksgroepen te bereiken, maar we willen alle publieksgroepen wel over alle media en kanalen heen bereiken. Op dit moment worden de verschillende media nog los van elkaar gemeten en is het bijvoorbeeld nog lastig het terugkijken of via NPO Plus vooruitkijken van programma's op een correcte manier mee te tellen bij het bereik van ons aanbod. We gaan de komende concessieperiode dan ook – samen met andere partijen – instrumenten ontwikkelen om ons integrale bereik te kunnen vaststellen en daar vervolgens ook concrete doelen aan te verbinden. In 2016 gaan we – op basis van een momenteel in ontwikkeling zijnde systematiek van SKO - werken met een nieuwe wijze van het meten van het uitgesteld kijken. Ook het luisteronderzoek zal in 2017 op een andere manier worden vormgegeven, met een meer fijnmazig inzicht in het luistergedrag.

Totdat de nieuwe meetinstrumenten volledig zijn geïmplementeerd, is het lastig om realistische doelstellingen op te stellen. Voor 2016 streven we het gerealiseerde bereik in 2014 na. Dit is in ieder geval voor televisie een forse ambitie.

SOM	TV NPO 1, 2, 3 +digitaal	Radio NPO Radio 1, 2, 3, 4, 5, 6
13+	83,4	45,6
13-19 jaar	65,4	30,5
20-34 jaar	73,6	40,5
35-49 jaar	83,0	43,7
50-64 jaar	89,8	50,0
65+	96,6	57,4

Minimaal 15 minuten gebruik per week, bron SKO (week 1 t/m 52) en NLO.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Actie:

- Vanaf 2016 volledig werken met een nieuwe systematiek met betrekking tot het kijkonderzoek van SKO en vanaf 2017 met het nieuwe luister-onderzoek van NLO en het vaststellen en eventueel op basis van de nieuwe systematiek aanpassen van de doelstellingen van de netten en zenders.



4.2 Partners

CBP-ambitie Een gebundelde rapportage van onze bijdragen aan onder andere de creatieve industrie, maatschappelijke en culturele organisaties, nationale evenementen, de politieke agenda en een reeks andere indicatoren, biedt inzicht in onze maatschappelijke waarde.

De omroepen, aspirant-omroepen en makers vormen binnen de NPO de creatieve en inhoudelijke kern; zij vertellen de verhalen, zij onderhouden de meest directe contacten met het publiek, maar ook met de creatieve sector. Midden in de samenleving staan houdt in dat we samenwerken met levensbeschouwelijke genootschappen, met organisaties op het gebied van onderwijs, sport, natuur en milieu en in de mediasector met lokale en regionale omroepen, televisieproducenten, internetbedrijven, distributie-bedrijven, uitgevers en vele anderen. Deze maatschappelijke verankering hebben we de afgelopen decennia via en samen met de omroepen opgebouwd. Het is een groot goed dat we blijven koesteren.

Actie:

- De NPO verzorgt een overzicht van de bijdragen aan onder andere de creatieve industrie, maatschappelijke en culturele organisaties, nationale evenementen, de politieke agenda en een reeks andere indicatoren, als ook over de samenwerking die met deze partijen wordt gerealiseerd.

Lokale en regionale omroep

CBP-ambitie Onze samenwerking met regionale omroepen is geïntensiveerd.

Ook in 2016 zullen we onze relaties met de lokale en regionale publieke omroep continueren en waar mogelijk versterken. Het reguliere overleg op

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

bestuurlijk niveau met hun samenwerkingsorganisaties OLON en ROOS zal worden voortgezet. De belangrijkste programmatische samenwerking van de lokale en de landelijke omroep blijft die in radiozender FunX. Naast een landelijke editie (NPO FunX), onder verantwoordelijkheid van de NPO, gaat het om lokale edities in de vier grote steden. Deze vallen onder de verantwoordelijkheid van de betreffende lokale omroepen.

De samenwerking met de regionale omroep vindt op vele terreinen en platformen plaats, maar de nadruk heeft altijd al op journalistiek gebied gelegen. In de komende periode zal vooral worden gestreefd de presentatie van regionaal nieuwsaanbod op de landelijke tv-zenders te versterken. Medio 2015 is een gezamenlijk onderzoek naar de technische, financiële en juridische haalbaarheid van de introductie van korte regionale vensters op een van de NPO tv-zenders gepresenteerd aan de staatssecretaris van OCW. Ook werd een alternatieve vorm van vensterprogrammering uitgetest; een carrouselprogrammering van televisieproducties van de regionale omroepen in de NPO-dagprogrammering. Deze modellen zullen verder worden uitgewerkt.

Actie:
- Uitwerking van het gezamenlijke plan van NPO en ROOS ten aanzien van het versterken van de samenwerking.

Samenwerking met Beeld en Geluid
Programma's waarvan de NPO de rechten heeft en die niet meer te zien zijn op (on demand-)kanalen van de NPO, zouden beschikbaar moeten blijven voor het publiek. De NPO heeft hier in 2015 afspraken over gemaakt met het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid. 2016 wordt het eerste volle jaar waarin de afspraken van kracht zijn. NPO en Beeld en Geluid zullen gezamenlijk de werking van de afspraken monitoren. De meeste tijdgebonden programma's zullen al na een jaar via Beeld en Geluid beschikbaar worden gesteld, ervan uitgaande dat de overige rechthebbenden (niet de omroepen) hiermee instemmen. Hoe tijdlozer de programma's, des te langer zijn ze beschikbaar via de NPO, vanzelfsprekend ook hier alleen als de overige rechthebbenden hiermee instemmen.
In de loop der tijd zal steeds meer materiaal via het archief van het NIBG beschikbaar komen, zodat het NIBG ook via het internet zijn culturele taak om audiovisueel erfgoed beschikbaar te maken voor het publiek kan uitoefenen.

Samenwerking met creatieve sector
De diverse samenwerkings- en co-productievormen met de kunst- en cultuursector, waaronder fondsen zoals het Nederlands letterenfonds, het Filmfonds, het Fonds voor de Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en festivals zoals IDFA en NFF, zullen we voortzetten en intensiveren. Onder andere door overleg over onze wederzijdse rol in talentontwikkeling, productie, distributie en promotie. In 2016 zullen we intensief met het Mediafonds overleggen, om de transitie naar het NPO-fonds met de voor de NPO waardevolle hoogwaardige producties en talentontwikkeling zo soepel mogelijk te laten verlopen.

Ook in onze relaties met de vele andere maatschappelijke organisaties en instellingen blijven we investeren. Vanuit een gedeelde aandacht voor publieke waarden willen we elkaar aanvullen en versterken, synergievoordelen bereiken, de kwaliteit van onze output verhogen en ons publiek nog beter bedienen.

Een goede relatie met de creatieve sector vindt de NPO zeer belangrijk. In de samenwerking met de creatieve sector worden we meer en meer geconfronteerd met het feit dat de creatieve sector steeds meer in handen

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

komt van grote internationale mediaconglomeraten. De consolidatie en internationalisering van de creatieve sector leidt ook in Nederland tot kapitaalkrachtige ondernemingen met een sterke onderhandelingspositie. In een markt waarop internationale mediabedrijven domineren en nationale commerciële mediabedrijven worden opgekocht, bestaat het risico dat dit uiteindelijk ten koste gaat van investeringen in nationale content. De NPO concurreert met internationale mediabedrijven om de aandacht van het publiek. Tegelijkertijd blijven wij wellicht een van de weinige organisaties die de productie van nationale content met publieke waarde als zijn voornaamste opdracht ziet. Een ander belangrijk aspect bij de samenwerking met de creatieve sector is de spanning rondom het auteursrecht. Het auteursrechtenveld is uiterst complex, onder meer door nieuwe wetgeving op het gebied van het auteurscontractenrecht en door de vele actoren op de markt. Naast afspraken met individuele makers moeten steeds meer afspraken worden gemaakt met collectieve rechten-organisaties; buiten de NPO azen andere (internationale) spelers op dezelfde rechten, ook als dat content betreft die specifiek in opdracht van de NPO is gemaakt en geheel of grotendeels is gefinancierd door de NPO. De inzet van de NPO is om intensief te blijven samenwerken met de creatieve sector, waarbij we uiteraard oog houden voor het belang van ons publiek om met doelmatige inzet van middelen een zo mooi mogelijk media-aanbod aan te bieden.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



5. NPO-organisatie

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

5.1 Organisatie

De Nederlandse Publieke Omroep (NPO) omvat omroepen en de NPO-organisatie, die ieder vanuit hun eigen taak verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau. De omroepen zijn dat door de verzorging van media-aanbod en de NPO-organisatie omdat deze het samenwerkings- en coördinatieorgaan is voor de uitvoering van de publieke mediaopdracht op landelijk niveau, zoals bedoeld in Artikel 2.2 en 2.3 MW. De kerntaken van de NPO-organisatie zijn:

- Programmeren en coördineren van de aanbodkanalen en het vormgeven van de net- en zenderprofielen.
- Het verzorgen van de distributie van de aanbodkanalen (zie ook paragraaf 5.2).
- Beleid en verantwoording over de koers en aangewende budgetten.

In het Concessiebeleidsplan is een aantal ambities geformuleerd om deze kerntaken nog beter vorm te kunnen geven. In 2016 worden daar waar mogelijk de eerste stappen voor gezet.

Genrecoördinatie

CBP-ambitie We experimenteren met de inzet van een genrecoördinator voor Nederlandse series en films en documentaires.

CBP-ambitie We realiseren – vooralsnog gericht voor een aantal genres en doelgroepen – een integrale aanbod- en programmeerstrategie, waarbij we onze programma's op de voor dat genre en die doelgroep meest geschikte kanalen plaatsen en kanalen en programma's aanbieden op het door onze doelgroepen gewenste mediumtype, apparaat en moment van de dag.

Voor een meer integrale benadering van de programmering van Nederlandse series, films en documentaires gaan we vanaf 2016 ervaring opdoen en experimenteren met de inzet van genrecoördinatoren. Deze coördinator wordt – binnen de wettelijke rolverdeling - o.a. aanspreekpunt voor omroepen bij het proces van idee tot productie, volgt trends en ontwikkelingen, voert overleg met net- en zendermanagers, on demand-managers en met genreredacties van omroepen over het genrebeleid en de uitvoering daarvan op de verschillende NPO-kanalen. Vernieuwing, talentontwikkeling en diversiteit vallen eveneens onder de verantwoordelijkheid van een genrecoördinator, net als het onderhouden van relevante contacten met de aan het genre verbonden maatschappelijke en culturele sectoren. Op basis van de ervaringen evalueren we de komende jaren - na nauw overleg tussen Raad van Bestuur en omroepen - óf en op welke wijze we deze nieuwe functie continueren en eventueel uitbreiden.

Actie:

- Aanstelling genrecoördinator voor Nederlandse series, films en documentaires en afstemming van interne processen op deze nieuwe functie.

Externe openheid

CBP-ambitie We realiseren meer mogelijkheden voor kwaliteitsverbetering en creatieve competitie doordat externe producenten rechtstreeks voorstellen kunnen indienen bij de NPO-organisatie.

Goede programma's (helpen) ontwikkelen en maken, dat is de opdracht en de uitdaging voor iedereen die werkt binnen de Nederlandse Publieke Omroep. We staan open voor alle initiatieven die de creativiteit en kwaliteit van omroepen kunnen versterken. Als de voornemens van het kabinet doorgang vinden kunnen externe producenten vanaf 2016 hun

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

programmavoorstellen ook rechtstreeks indienen bij de NPO-organisatie, die deze vervolgens kan voorleggen aan een omroep voor co-productie volgens een in het Concessiebeleidsplan omschreven proces.

Actie:
- Ontwikkelen en implementeren van een werkwijze voor het indienen van voorstellen van externe producenten, in lijn met de procedure zoals beschreven in het Concessiebeleidsplan.

Financieel kader NPO-organisatie en gezamenlijkheidskosten

De NPO-organisatie voert centrale activiteiten uit ten behoeve van de NPO, die voortvloeien uit de wettelijke taken. Daarbij gaat het onder meer om het ondertitelen van programma's, het verstrekken van programma-gegevens, het beheer van (audiogerelateerde) rechtencontracten, continue bereiksonderzoek en de marketing van aanbodkanalen.

Om al deze taken te kunnen uitvoeren is er specifiek budget voor de NPO-organisatie beschikbaar. Dit budget wordt als aparte categorie binnen de totale Rijksmediabijdrage aangevraagd. De kosten die met dat budget gedekt worden, vloeien voort uit de uitvoering van de kerntaken en bovengenoemde centrale activiteiten. Naast OCW-budget ontvangt de NPO-organisatie overige inkomsten, waaronder inkomsten uit distributie. Deze worden met name aangewend ten behoeve van de programmering. Naast NPO-brede inkomsten kan de NPO-organisatie eigen middelen inzetten ten behoeve van de programmering. Dat gebeurt vooral in het geval van sportevenementen, maar incidenteel ook voor het realiseren of stimuleren van specifieke programmering.
Naast de kosten voor de bovengenoemde wettelijke taken maakt de NPO-organisatie ook kosten ten behoeve van platformactiviteiten, de zogeheten platformkosten. Platformkosten zijn kosten die voortvloeien uit activiteiten met een omroep- of platformoverstijgend karakter, die niet specifiek voortvloeien uit de wettelijke taken van de NPO-organisatie. Vanuit het oogpunt van effectiviteit en efficiency worden deze taken, in overleg met de omroepen, uitgevoerd door de NPO-organisatie. Activiteiten met een omroep- of platformoverstijgend belang zijn onder andere aankoop van buitenlandse producties, verkoop van programma's, marketing van omroepoverstijgend aanbod, programmapromotie op televisie, organisatie van evenementen en muzieksamenstelling.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De platformkosten worden gefinancierd uit programma(versterkings)budget (zie tabel 3 in hoofdstuk 1). In voorgaande MJB's werden deze kosten begroot in de exploitatietabellen van de platformen televisie en radio. Om beter onderscheid te kunnen maken naar het budget en de kosten die na afloop van het jaar worden verantwoord bij de omroepen en bij de NPO-organisatie, worden deze gezamenlijkheidskosten vanaf deze MJB begroot bij de NPO-organisatie. In de realisatie zijn deze kosten namelijk terug te vinden in het jaarverslag van de NPO-organisatie. De gezamenlijkheidskosten maken deel uit van de jaarplannen van de betreffende directies en zijn goedgekeurd door de omroepen. Een groot deel van de budgetten vloeit ook weer terug naar omroepen, bijvoorbeeld doordat zij zich inschrijven voor de uitvoering van gezamenlijkheidsactiviteiten.

In onderstaande tabel is het exploitatieoverzicht 2016 verbijzonderd naar het budget en de kosten van de NPO-organisatie en de gezamenlijkheidskosten.

NPO (x 1.000 euro)	NPO-org	Gez TV	Gez Radio	Totaal 2016
Bijdragen OCW	111.525	5.094	11.731	128.350
Bijdragen Raad van Bestuur	-34.385	0	0	-34.385
Inzet ORMA	-4.000	0	0	-4.000
Programmagebonden EB	0	0	0	0
Overige inkomsten	42.378	0	0	42.378
Totaal baten	**115.518**	**5.094**	**11.731**	**132.344**
Inzet vermogen	4.000	0	0	4.000
Bruto Kosten	-119.518	-5.094	-11.731	-136.344
Totaal kosten	**-115.518**	**-5.094**	**-11.731**	**-132.344**
Saldo	**0**	**0**	**0**	**0**

Tabel 10: Exploitatieoverzicht NPO-organisatie

NPO-organisatie

In onderstaande tabel is het exploitatieoverzicht 2016 in vergelijking met 2015 van de NPO-organisatie weergegeven.

NPO-org (x 1.000 euro)	2016	2015	Verschil
Bijdragen OCW	111.525	110.588	937
Bijdragen Raad van Bestuur	-34.385	-13.107	-21.278
Inzet ORMA	-4.000	-8.000	4.000
Programmagebonden EB	0	0	0
Overige inkomsten	42.378	21.100	21.278
Totaal baten	**115.518**	**110.581**	**4.937**
Inzet vermogen *	4.000	10.340	-6.340
Bruto Kosten	-119.518	-120.921	1.403
Totaal kosten	**-115.518**	**-110.581**	**-4.937**
Saldo	**0**	**0**	**0**

* De totale baten van de NPO-organisatie worden gecorrigeerd met de inzet uit het vermogen (ORMA en eigen vermogen NPO-organisatie), om inzichtelijk te maken wat de totale bruto kosten van de NPO-organisatie zijn.

Tabel 11: Exploitatietabel NPO-organisatie

Baten

Bijdragen OCW

De bijdrage OCW nemen ten opzichte van 2015 met name toe vanwege indexatie (1%). Daarnaast is er sprake van een ZBO-korting van kabinet-Rutte I ad 23 duizend euro en een ZBO-korting van kabinet-Rutte II ad 144 duizend euro.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Bijdragen Raad van Bestuur
De NPO-organisatie kan een deel van haar beschikbare OCW-budget, eigen reserves of overige inkomsten inzetten voor de programmering. De bijdragen van de Raad van Bestuur ten behoeve van de programmering hebben een resultaat verlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie. Voor de omroepen/platformen maken deze middelen deel uit van de totale baten. Dat is terug te zien in de exploitatietabellen bij televisie en radio. De bijdragen van de Raad van Bestuur worden met name ingezet voor themakanalen, levensbeschouwelijke programmering, versterking dramaproducties en BVN. Het verschil ad 21,3 miljoen euro ten opzichte van 2015 wordt veroorzaakt door hogere overige inkomsten die direct weer beschikbaar worden gesteld voor de programmering. Hiervan wordt 10 miljoen euro beschikbaar gesteld voor versterking van dramaproducties en 9 miljoen euro ten behoeve van levensbeschouwelijke programmering. De uitgangspunten hierbij zijn beschreven in het financieel hoofdstuk.

Inzet ORMA
Omdat de ORMA op de balans van de NPO-organisatie staat, heeft de inzet van ORMA een resultaat verlagend effect op de exploitatie van de NPO-organisatie. Op basis van de huidige stand van zaken is de verwachting dat het restant van de ORMA ultimo 2015 ad 4 miljoen euro in 2016 volledig wordt ingezet ten behoeve van de programmering.

Overige inkomsten
De overige inkomsten van de NPO-organisatie hebben onder meer betrekking op distributie inkomsten, overige rechtenvergoedingen, inkomsten voor productie en levering van geredigeerde programmagegevens en opbrengsten uit verrichte diensten voor de overige omroepen (specifieke ICT-dienstverlening, mediaonderzoek, programma-gereed maken van promofilmpjes e.d.). Deze inkomsten betreffen NPO-brede inkomsten die door de NPO-organisatie worden ontvangen, en vervolgens worden ingezet voor de programmering (zie Bijdragen Raad van Bestuur) of een kosten-dekkende vergoeding vormen voor geleverde diensten. De overige inkomsten hebben per saldo dus een nihil effect op het NPO-organisatie-resultaat en bieden geen extra budgetruimte bovenop de OCW-bijdrage. Voor 2016 is de verwachting dat de overige inkomsten sterk stijgen, vanwege een toename van de inkomsten voor distributie.

Kosten
Inzet Vermogen
Zoals hiervoor beschreven kan een deel van de eigen reserves van de NPO-organisatie en ORMA (4,0 miljoen) worden ingezet ten behoeve van de (meer)kosten van de programmering in 2016. Om beter inzicht te krijgen in de totale bruto kosten van de NPO-organisatie wordt de inzet van de deze reserves gecorrigeerd. Het verschil ten opzichte van 2015 wordt veroorzaakt doordat de NPO-organisatie, in tegenstelling tot 2016, in 2015 eigen reserves heeft ingezet voor de programmering en voor 2016 een lagere inzet ORMA wordt verwacht dan in 2015.

Bruto kosten
De begrote kosten ten behoeve van de kerntaken programmeren, distribueren, beleid en verantwoording beslaan circa 55% van de totale kostenbasis van de NPO. De centrale activiteiten van de NPO-organisatie (onder meer rechten BUMA en ondertitelen van programma's) bedraagt circa 35% en de kosten voor de ondersteuning van de organisatie circa 10%.

Exploitatieresultaat/saldo
Voor 2016 stuurt de NPO-organisatie op een sluitende begroting.

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Gezamenlijkheidskosten televisie

Gezamenlijkheidskosten (x 1.000 euro)	2016	2015*	Verschil
Aankoop organisatie	-1.766	-1.727	-39
Marketing	-2.795	-2.804	9
Sales organisatie	-334	-328	-6
Overig	-200	-185	-15
Totaal	**-5.094**	**-5.044**	**-50**

* De extra btw in 2015 (zie voorgaande MJB) is voor vergelijkingsdoeleinden herverdeeld over de verschillende categorieën.

Tabel 12: Exploitatietabel gezamenlijkheidskosten televisie

De Directie TV is verantwoordelijk voor het programmeren van de lineaire publieke tv-netten en alle overige (digitale) kanalen, diensten en activiteiten die daarmee zijn verbonden. Tevens verzorgt de Directie TV de buitenlandse aankoop van programma's, en stuurt zij in nauw overleg met Directie Publiek & Marketing op de marketing voor deze kanalen. Onder het budget Marketing vallen onder meer de kosten van promotiecampagnes voor en op de zenders en de netstyling. Ook onderzoekkosten maken deel uit van het bij marketing vermelde bedrag. De afdeling Sales verzorgt de gezamenlijke verkoop van programma's aan buitenlandse zenders. De opbrengsten van deze afdeling vloeien, via de omroepen, terug naar de programmering. Onder de overige kosten vallen onder andere extra kosten die worden gemaakt om enkele live programma's met een kleine vertraging uit te zenden, zodat het beter mogelijk wordt live te ondertitelen voor doven en slechthorenden.

Gezamenlijkheidskosten radio

Gezamenlijkheidskosten (x 1.000 euro)	2016	2015*	Verschil
Productie	-1.229	-1.144	-85
Internetredactie	-389	-304	-85
Muzieksamenstelling	-1.722	-1.606	-116
Evenementen / festivals	-2.465	-2.697	232
Techniek	0	-300	300
Audiovormgeving	-773	-615	-158
Promotie	-2.932	-2.918	-15
Onderzoek	-696	-550	-146
Overig / projecten	-1.524	-880	-644
Totaal	**-11.731**	**-11.014**	**-717**

* Voor vergelijkingsdoeleinden zijn de bedragen 2015 anders gerubriceerd

Tabel 13: Exploitatietabel gezamenlijkheidskosten radio

De totale gezamenlijkheidskosten van het platform Radio houden verband met de activiteiten die Directie Radio uitvoert voor de gezamenlijkheid. Deze activiteiten betreffen voornamelijk ondersteuning van de productie, marketingactiviteiten en onderzoek ten behoeve van specifiek aanbod. De mutaties ten opzichte van 2015 zijn als volgt te verklaren:

- Onder productie vallen de salariskosten van de zenderproducers en alle bijkomende kosten (vergader-, opleidings-, reiskosten et cetera). De stijging van deze kosten komt met name door een uitbreiding van de formatie met creatieve producers bij NPO 3FM en een extra producer bij NPO Radio 4. Daar staat tegenover dat er geen productiekosten meer zijn voor NPO Radio 6.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

- De kosten van internetredactie bestaan ook met name uit salariskosten. Deze kosten stijgen vanwege de uitbreiding van de formatie bij NPO 3FM en NPO Radio 2 voor webredactie.
- Ook de kosten van muzieksamenstelling bestaan met name uit salaris-kosten. De kosten van muzieksamenstelling stijgen vanwege de uitbreiding van de formatie bij NPO Radio 2, NPO Radio 5 en FunX.
- Evenementen en festivals zijn speerpunten van de NPO. Enerzijds stijgen de kosten voor TOP 2000 en het subkanaal Soul & Jazz op NPO Radio 2; de structurele tekorten werden afgelopen jaren gedekt door extra Raad van Bestuur-bijdragen, maar dat is vanaf 2016 niet meer mogelijk. Anderzijds worden de out-of-pocket kosten voor de NPO 3FM Awards en Serious Request vanaf 2016 vacant gesteld aan de omroepen; zij kunnen zich inschrijven voor de productie van (onderdelen van) deze evenementen. Hierdoor dalen per saldo de gezamenlijkheidskosten voor evenementen/festivals; de kosten betreffen feitelijk directe programma-kosten.
- De technisch-facilitaire kosten voor FunX worden vanaf 2016 begroot en verantwoord bij de NPO-organisatie, conform de wettelijke distributietaak van de NPO-organisatie.
- Onder audiovormgeving vallen de kosten voor jingles en voice-overs van de zender. Ondanks het opheffen van NPO Radio 6, wordt een stijging van deze kosten verwacht op de overige zenders. Deze stijging wordt verklaard door een noodzakelijke nieuwe vormgeving voor NPO Radio 2 en NPO Radio 5 en verbetering voor NPO Radio 4.
- De kosten voor promotie bestaan voor een groot gedeelte uit de promotie van de zenders op de festivals en de evenementen. De kosten voor 2016 zijn in lijn met de kosten voor 2015.
- De onderzoekskosten bestaan uit het (laten) uitvoeren van luister- en muziekonderzoek. De resultaten van het onderzoek worden met de omroepen gedeeld in de zenderredactie. De stijging ten opzichte van 2015 wordt veroorzaakt door muziekonderzoek voor FunX dat voorheen nog niet plaatsvond.
- Onder overig/projecten vallen onder andere de kosten voor opleiding presentatoren, de weersvoorziening op de radio en incidentele projecten, zoals Sportzomer. De stijging ten opzichte van 2015 wordt met name veroorzaakt door het project Sportzomer, dat in de evenementenjaren gecoördineerd wordt door het zendermanagement van Radio 1. Bovendien wordt de stijging veroorzaakt door hogere opleidingskosten voor presentatoren, aangezien de NPO-organisatie samen met de omroepen een kweekvijver wil zijn van jong talent.



Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

5.2 Distributie, navigatie en innovatie

Distributie
CBP-ambitie Iedereen in Nederland heeft gemakkelijk toegang tot ons aanbod.

De NPO wil onafhankelijk zijn en blijven. We willen ons aanbod niet alleen op onafhankelijke wijze maken, maar ook onafhankelijk van derden verspreiden. Nu en in de toekomst. Er zijn in de loop der jaren steeds meer (distributie)partijen gekomen tussen de NPO en zijn publiek. Dat zijn grote internationale partijen die als gatekeeper en concurrerende contentpartij gaan optreden.

Des te belangrijker is het geworden - en zal het in de komende jaren worden - om daarnaast ook zelf het aanbod in eigen beheer te verspreiden.

Bijvoorbeeld via de ether. Via DVB-T (onderdeel van Digitenne) voor televisie en via de FM voor radio. Deze twee netwerken zijn van strategisch belang voor de eigen, onafhankelijke, distributie van ons aanbod. We willen ze daarom niet alleen in de lucht houden, maar ook (verder) moderniseren en aantrekkelijk en relevant houden. Zo is bij televisie DVB-T toe aan zijn opvolger DVB-T2 en is er ook in Nederland voor radio een begin gemaakt aan de transitie van het analoge FM naar het digitale DAB+. DVB-T2 en DAB+ bieden ons de mogelijkheid om meer kanalen en in een hogere kwaliteit via de ether uit te zenden.

Maar ook het open internet is een steeds belangrijker wordend medium voor het zelf distribueren van ons aanbod. Behalve de voortdurende groei in uitgesteld kijken via onze eigen npo.nl en NPO-app, gaat ons publiek massaal het internet op en onze websites en apps langs bij grote evenementen en belangrijke gebeurtenissen. De (extra) livestreams zorgen op die momenten voor veel extra kijkers en dus extra verkeer. De NPO zal daarom zijn capaciteit uitbreiden. Het aanbod zal daarbij worden verspreid in een kwaliteit die past bij de meest gebruikte apparaten.

Acties:
- In 2016 starten de voorbereidingen voor de transitie van uitzendingen in SD-kwaliteit via DVB-T naar HD- kwaliteit via DVB-T2 in 2017.
- We breiden het huidige palet van DAB+ kanalen in 2016 uit met een aantal subkanalen radio.
- We gaan in 2016 de streaming-capaciteit voor het aantal gelijktijdige bezoekers van npo.nl uitbreiden naar 400 duizend en het aanbod streamen in een kwaliteit die past bij de meest gebruikte apparaten.

CBP-ambitie NPO-kanalen zijn duidelijk zichtbaar en vindbaar op de openingsschermen, in EPG's en zoekbalken, ook op de platformen van derden.

Er zijn niet alleen meer partijen tussen ons en ons publiek gekomen, ze gaan ook via openingsschermen, zoekbalken en EPG's steeds meer bepalen wat ons publiek wel en niet te zien en te horen krijgt. De eigen diensten van commerciële distributeurs / pakketaanbieders nemen een steeds belangrijkere plek in hun propositie naar het publiek. Het gaat daarbij o.a. om apps voor smartphone en tablet waarmee de abonnee niet alleen thuis, maar in het hele land toegang heeft tot een abonnement. En het kan ook gaan om voorzieningen om gemiste programma's via de elektronische programmagids (EPG) terug te kijken. Ook hierin wil de NPO onafhankelijk zijn door weliswaar prominent, maar evengoed onafhankelijk van andermans belangen aanwezig te zijn op openingsschermen, zoekbalken en EPG's van derden. Alleen zo kan de NPO duidelijk zichtbaar en makkelijk

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

vindbaar zijn waar het publiek is, zonder in te boeten aan zijn vertrouwde onafhankelijke publieke taak en karakter.

Niet alle platformen en aanbieders zijn daarbij even relevant voor ons. De NPO richt zich op die platformen die niet zelf een selectie maken, maar volledige kanalen kunnen en willen doorgeven. Ook moeten platformen zich bewezen hebben of naar verwachting relevant (gaan) bijdragen aan bereik en impact.

Acties:
- We intensiveren in 2016 onze inspanningen voor prominente posities van onze kanalen op platformen van derden.
- We selecteren ook in 2016 zorgvuldig de platformen van derden die we betreden door te letten op de relevantie van deze platformen en de mate waarin we er onafhankelijk op kunnen opereren.

CBP-ambitie Er is één gezamenlijke keten voor opslag, beheer en uitspelen van onze kanalen.

We willen dat ons audiovisuele aanbod ook online herkenbaar en gemakkelijk vindbaar is voor ons publiek. Daarvoor is een optimaal functionerend integraal publiek domein nodig. Om dat waar te maken, gaan we de krachten in het bestel bundelen en werken vanuit één heldere, efficiënte en impactvolle distributiestrategie.

Naar analogie van de verspreiding van lineaire radio en televisie richten we ook voor het online aanbod één impactvolle en efficiënte distributieketen in voor de hele NPO. Al ons media-aanbod gaan we in een gezamenlijk domein opslaan, beheren en uitspelen. Hiermee kunnen we in alle schakels optimaal onze gezamenlijke doelen realiseren en de doelen van individuele omroepen.

De ambitie om de opslag, het beheer en het uitspelen van het aanbod gezamenlijk aan te pakken, komt ook voort uit het nastreven van efficiency.

Actie:
- In 2016 wordt er een project gestart om stapsgewijs te komen tot één gezamenlijke efficiënt ingerichte keten voor opslag, beheer en uitspelen van onze kanalen.

Navigatie

CBP-ambitie Ons aanbod is beter afgestemd op de behoeften van de individuele gebruiker. Met een eigen NPO-profiel kunnen we gebruikers op maat gesneden aanbevelingen aanbieden.

De individuele gebruiker bepaalt steeds meer zelf wat hij wanneer en hoe wil kijken of luisteren. Hij verwacht een meer op maat gesneden aanbod, afgestemd op zijn persoonlijke behoeften en voorkeuren. We willen ons publiek de mogelijkheid bieden om ons te vragen maatwerk te leveren in de vorm van persoonlijke aanbevelingen. Daarvoor zijn gebruikersprofielen nodig.

De gebruiks- en gebruikersdata leveren ook inzichten op voor zowel het productie- als het programmeringsproces. Gebruiks-, gebruikers- en big data (vanuit andere bronnen) kunnen makers en omroepen helpen om onze programma's nog beter af te stemmen op wat er speelt in de samenleving en op de behoeften en voorkeuren van ons publiek.

Het beschermen van de privacy staat hoog in het vaandel bij de publieke omroep. De NPO wil alleen gebruikersprofielen gebruiken indien gebruikers daar duidelijk toestemming voor geven. Gebruikers moeten daarvoor weten wat er wel – en vooral niet – met hun met hun gegevens gebeurt.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

We zullen uitleggen wat we bewaren, hoe lang we dat doen en hoe de kijker zelf kan bepalen wat wel en niet wordt bewaard.

Acties:
- In 2016 gaan we gebruik maken van gebruikersprofielen om op maat gesneden aanbevelingen aan te bieden.
- We gaan in 2016 transparant en duidelijk laten zien waarom en hoe we gebruik maken van gebruikersprofielen.
- De inzichten die het gebruik van dit soort gebruiks- en gebruikersdata (geaggregeerd in en gecombineerd met (andere) big data) oplevert, gaan we in 2016 ook (leren) vertalen naar de productie en programmering van programma's.

Innovatie

CBP-ambitie Binnen de NPO stemmen we onze (technologische) innovatie-activiteiten goed af met als primaire taakverdeling dat de omroepen verantwoordelijk zijn voor programmaontwikkeling en programma-gerelateerde experimenten en de NPO-organisatie verantwoordelijk is voor programmeren, aggregatie en distributie.

De NPO wil zijn innovatie gerichter gaan inzetten, ter verbetering van de dienstverlening aan het publiek. Onze innovaties moeten leiden tot meer impact en aantoonbaar betere diensten voor een substantieel deel van onze gebruikers. Onderlinge samenwerking en versterken van de innovatieve krachten van zowel de individuele omroepen, als de NPO-organisatie staat daarbij voorop. Innovatie heeft ruimte en vrijheid nodig, tegelijkertijd is gebundelde inzet op bijvoorbeeld centrale distributie-technieken en faciliteiten, zoals de NPO-player), noodzakelijk om doelmatig met de middelen om te gaan en alle platformen te kunnen verbeteren. Het onderling delen van innovatieve initiatieven en kennis is daarbij essentieel.

Actie:
- Opstellen gezamenlijke innovatieagenda voor 2016 in lijn met de CBP-ambities.

Kader Financieel beeld distributie

Van de totale begrote kosten van de NPO-organisatie ad 121,2 miljoen euro (zie tabel 11) heeft circa 32% betrekking op de kosten voor de verzorging en het verspreiden van het media-aanbod op de verschillende aanbodkanalen.

Verspreiding media-aanbod (x 1.000 euro)	**2016**	**2015**	**Verschil**
Uitzenden	-23.811	-24.214	403
Distributie	-14.637	-14.791	154
Totaal	**-38.448**	**-39.005**	**557**

De totale kosten dalen naar verwachting met 0,6 miljoen euro ten opzichte van 2015.

Om mogelijke calamiteiten op het Mediapark te kunnen opvangen wordt er in 2016 geïnvesteerd in een uitwijkvoorziening die het mogelijk maakt om de uitzendingen met minimale onderbreking elders voort te zetten. De extra kosten hiervan worden gefinancierd uit de besparing die het gevolg is van de vervanging van het technische hart van de uitzendstraat televisie door nieuwe en goedkopere technologie en het integreren van de themakanalen. Vanaf 1 september 2015 is de middengolfzender voor NPO Radio 5 afgeschakeld. Een deel van de gerealiseerde besparing wordt gebruikt om het DAB+ netwerk versneld landelijk dekkend te krijgen. Tevens wordt meer ingezet op online distributie door livestreaming en video on demand verder te gaan ontwikkelen en ondersteunen.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

6. Programmatische bijdragen omroepen

AVROTROS

De uitgangspunten van het programmabeleid van AVROTROS zijn een uitvloeisel van de omschrijving van de identiteit en missie van AVROTROS en de media wettelijke eisen ten aanzien van het media-aanbod en de publieksbehoeften die daarmee worden vervuld.

AVROTROS is ondogmatisch en onafhankelijk van religie en politieke stromingen.
AVROTROS representeert degenen in de Nederlandse bevolking die hechten aan individuele waarden als persoonlijke vrijheid, verantwoordelijkheid en verdraagzaamheid en sociale waarden als cohesie, familiale gezelligheid en de gezamenlijke beleving van het media-aanbod.
AVROTROS verzorgt een gevarieerd media-aanbod voor een zo groot en breed mogelijk publiek, waarbij niemand wordt uitgesloten. Het media-aanbod komt op onafhankelijke wijze tot stand en is verbindend, positief, respectvol, uitnodigend en betrokken. AVROTROS richt zich op de programmacategorieën informatie, cultuur en verstrooiing (Artikel 2.1.-1a MW) en in het bijzonder op de genres kunst & cultuur, amusement, consument & veiligheid, actualiteiten, jeugdprogramma's en drama. AVROTROS draagt daarmee bij aan de vervulling van democratische, sociale en culturele behoeften van de Nederlandse samenleving, conform Artikel 2.1-2 MW.

AVROTROS is maatschappelijk verankerd door een actieve verenigingsorganisatie en door samenwerking met externe partijen, met name op gebied van cultuur en amusement. Verder is AVROTROS dikwijls zichtbaar in het land, onder meer door de opname van programma's op locatie.

AVROTROS levert een grote bijdragen aan de doelstellingen van de publieke omroep. Dat geldt zeker voor NPO 1, dat eveneens een verbindende doelstelling heeft. Op dit net zendt AVROTROS vooral informatieve en verstrooiende programma's (waaronder drama) uit voor een groot publiek. Op NPO 2 zal AVROTROS zich in het bijzonder blijven richten op kunstinformatie en drama. In het aanbod van NPO 1, NPO 2 en NPO 3 speelt muziek een grote rol. AVROTROS levert ook een grote bijdrage aan het radio-aanbod van de publieke omroep en is aanwezig op alle hoofdzenders, met een accent op Radio 1, 2 en 4. Verder heeft AVROTROS een aantal zeer succesvolle internetsites dat verbonden is aan programma's als Een Vandaag en Radar. Interactie met het publiek en community-vorming wordt gerealiseerd met het crossmediale Wie is de Mol? en events als het Songfestival.

AVROTROS verzorgt een breed en gevarieerd aanbod op het gebied van kunst en cultuur. Veel ruimte wordt geboden aan muziek, in een grote variatie aan stijlen en genres. AVROTROS onderscheidt zich in het bijzonder door de opnamen van grote muziekevenementen op locatie, van Muziekfeesten op het Plein, optredens van André Rieu, tot het jaarlijkse Hofvijverconcert en het Prinsengrachtconcert. Doel is zoveel mogelijk mensen mee te laten genieten van wat Nederland op het gebied van kunst en cultuur te bieden heeft. Het aanbod van AVROTROS varieert van concerten in het lichte genre, tot de Tiende van Tijl en de concertregistraties in het klassieke genre. AVROTROS zendt veel programma's uit op Radio 4 en levert een groot aandeel in het aanbod levende muziek, in samenwerking met de Stichting Omroep Muziek (SOM). Naast muziek is er in het aanbod veel ruimte voor informatieve programma's over kunst en cultuur, zoals Bloed, Zweet en ..., Close-Up en Tussen Kunst & Kitsch. Ook ontwikkelt AVROTROS radiodrama.

Amusement is bij uitstek een genre dat verschillende publiekssegmenten met elkaar kan verbinden. AVROTROS heeft een gevarieerd en succesvol amusementsaanbod, zoals MindF*ck, Televizierring Gala, Gouden Radioring Gala, Koefnoen, programma's met Frans Bauer, Hoe Heurt het Eigenlijk,

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

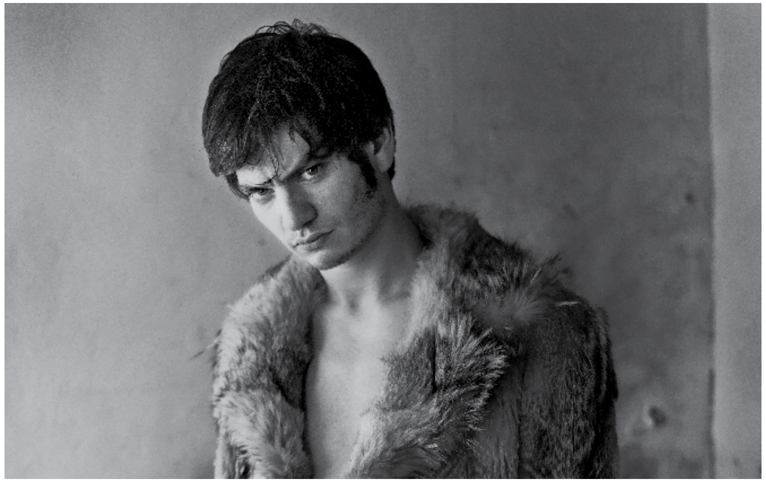
Maestro, TV Show, het Songfestival, Het mooiste meisje en Wie is de Mol? Dit aanbod wordt verder ontwikkeld.

Belangrijke programma's van AVROTROS behoren tot de categorie consument en veiligheid. Het gaat om programmatitels als Radar, Opsporing Verzocht en Opgelicht! Nieuwe titels worden ontwikkeld. AVROTROS komt op voor de rechten van burgers, zoals op het gebied van consumentenbelangen (bijvoorbeeld in relatie tot financiële producten, gezondheidszorg), technologische ontwikkelingen of de signalering van frauduleuze praktijken. In deze programma's gaat het dikwijls om de ontmaskering van zaken die zich in verborgene afspelen en er vaak belangen zijn om deze in het verborgene te houden. Op NPO 3 ontwikkelt AVROTROS een nieuw programma in dit genre. Ook worden nieuwe crossmediale programma's ontwikkeld.

In de categorie actualiteiten zal de meeste zendtijd worden aangewend voor het actualiteitenprogramma EenVandaag. Het programma onderscheidt zich onder meer door het veelvuldig gebruik van een omvangrijk online opiniepanel en het 1V jongerenpanel. Daarmee wordt dagelijks informatie verkregen over opvattingen van het publiek over een reeks van vraagstukken. EenVandaag is de best bekeken actualiteiten-rubriek in Nederland.

AVROTROS kijkt met een onafhankelijke blik naar buiten, naar datgene dat Nederlanders en Nederland direct of indirect raakt. Nieuws, achtergronden, politiek, belangrijke gebeurtenissen en nieuwspeilingen worden op toegankelijke en onafhankelijke wijze voor het voetlicht gebracht, waar mogelijk via zoveel mogelijk platformen. Een politiek café, documentaires en gethematiseerde series zijn voorbeelden. AVROTROS zet de ontwikkeling voor van Dossier Een Vandaag, een journalistiek researchprogramma dat wordt geproduceerd op de redactie van Een Vandaag. Het gaat nader in op onderwerpen als dubieus overheidsbeleid, falend toezicht en criminaliteit. AVROTROS is actief op Radio 1 met het programma Radio Een Vandaag en met bekende, succesvolle titels als de Nieuwsshow en Kamerbreed.

AVROTROS zal het media-aanbod voor de jeugd verder ontwikkelen. Kinderen en jongeren staan open voor veranderingen, maar zijn ook enthousiast voor datgene wat herkenbaar is. Identificatie en inspiratie zijn sleutelbegrippen. AVROTROS verzorgt programma's als Zappsport, Studio 100, Kinderprinsengrachtconcert, Junior Songfestival, Hoe overleef ik... en de Magische muziekfabriek (in samenwerking met SOM).
AVROTROS zet een lange traditie als aanbieder van Nederlands drama voort. In het oog springt de serie Flikken Maastricht. Ook zullen korte series en eenmalige uitzendingen worden verzorgd. Afgelopen jaar was de serie Ramses succesvol (Nipkowschijf). Verder zal AVROTROS speelfilms uitzenden. Drama heeft een vermaaksfunctie en kan kijkers meevoeren in een wereld, die afwisselend bekend en nieuw is.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

BNN-VARA

BNN-VARA is een onafhankelijke, maatschappelijk betrokken en vooruitstrevende publieke omroep, die naast een breed, ook een specifiek jong publiek wil bereiken. Menselijke waardigheid, gelijkwaardigheid en sociale rechtvaardigheid zijn daarbij richtinggevend. BNN-VARA wil informeren, raken, amuseren en aan het denken zetten met professioneel gemaakte programma's die getuigen van betrokkenheid, een kritische opstelling, originaliteit, vernieuwingsdrang, lef en humor. BNN-VARA staat midden in de samenleving en is op verschillende manieren in de maatschappij verankerd. Bovenal door een full media format te maken dat op alle denkbare (huidige en toekomstige) relevante platformen kan worden aangeboden, maar ook via de leden van BNN en VARA, door samenwerkingsverbanden met maatschappelijke partners aan te gaan en daadwerkelijk op verschillende plekken in de samenleving aanwezig te zijn.

Programmabeleid

BNN-VARA is er voor een progressief breed én specifiek jong publiek. BNN-VARA biedt daarbij een breed pakket aan genres aan: serieuze én lichte informatie, cabaret, satire en overig amusement en drama.
Het aanbod wordt zo gespreid mogelijk over de diverse platformen uitgezonden en verspreid, om zoveel mogelijk in de haarvaten van de samenleving door te dringen. Bijzondere aandacht gaat uit naar innovatie, programmaontwikkeling en -vernieuwing. BNN-VARA zoekt aansluiting bij het veranderend mediagedrag; BNN-VARA is overal waar het publiek zich bevindt. Dit betekent dat BNN-VARA ook nieuwe vormen van content ontwikkeling verkent die horen bij de publieke omroep van de toekomst. Naast de ontwikkeling van meer traditionele formats (van 25 en 50 minuten), zullen wij specifiek de ontwikkeling van content verkennen die past bij het veranderende mediagebruik en nieuwe (sociale media)kanalen die zich aanbieden. Die hun eigen dynamiek vragen en hun eigen lengtes.

Informatie

Speerpunten blijven als vanouds informatie & debat, consumenteninformatie en natuur & milieu. Belangrijke thema's zijn controle op de uitoefening van de macht, wijze waarop de rechtsorde al dan niet wordt gehandhaafd, sociale rechtvaardigheid en de toegankelijkheid van kunst en cultuur. Specifiek voor jongeren worden informatieve titels ontwikkeld waarin jongeren wordt getoond hoe de wereld er uit ziet en waarin hen een spiegel wordt voorhouden.

Lichte informatie

DWDD is het voorbeeld hoe vernieuwingen in de programmering tot stand kunnen komen. Afgelopen jaren heeft DWDD bewezen vernieuwing in de programmering te realiseren met zogenaamde spin-offs als DWDD University en DWDD Summerschool. Ook is dit het genre waar, vanuit maatschappelijke betrokkenheid, programma's worden gemaakt. Eén van de ambities is jongeren te enthousiasmeren voor techniek en wetenschap. Wij doen dit bijvoorbeeld met het programma Proefkonijnen.

Cabaret, satire en overig amusement

Cabaret en satire maken onderdeel uit van de onderscheidende programmering van de NPO. BNN-VARA wil haar sterke positie op dit genre behouden, maar ook vernieuwen met nieuwe formats naast de registraties. Ook blijven wij voor jongeren amuserende programma's maken, omdat een aantrekkelijke verpakking nodig is om jongeren te bereiken en entertainment voor hen de belangrijkste reden is om naar televisie te kijken.

Drama

In drama worden maatschappelijke ontwikkelingen verbeeld en wordt gestalte gegeven aan de wereld van nu. BNN-VARA profileert zich al jaren met actuele onderwerpen of thema's uit de (contemporaine) geschiedenis

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

die hun weerslag hebben op de wereld van vandaag. Er zal een inspanning worden geleverd voor een cast die de huidige bevolkingssamenstelling weerspiegelt; diversiteit is daarbij van belang. Drama is ook een succesvolle manier om jongeren te bereiken. Niet alleen in termen van kijkcijfers, maar met verhalen van nu. Drama is bij uitstek geschikt om op een toegankelijke manier thema's aan te snijden uit de belevingswereld van jongeren.

Audio
Zowel via traditionele radio, als via websites en apps van zenders én programma's, moet het publiek naar de programma's van BNN en VARA kunnen luisteren. BNN-VARA speelt een grote rol op met name NPO Radio 1, NPO Radio 2 en NPO 3FM. BNN-VARA wil een grote rol spelen in de dagprogrammering op NPO Radio 1 en in de berichtgeving over politiek Den Haag én de ambitie blijft handhaving van de sterke positie op NPO 3FM.

Digital
BNN-VARA wil op een relevante manier op alle devices en kanalen aanwezig zijn. Content wordt meer en meer op maat uitgeserveerd. Het toegenomen mobiele gebruik is gericht op het delen en beoordelen van content. Op die verrijking en verbreding maar ook interactie met haar kijkers en luisteraars zal BNN-VARA, ook vanwege de jonge doelgroep, fors inzetten. BNN-VARA zal ook meer en meer inzetten op het ontwikkelen van crossmediale merken met logische merkuitstapjes (spin-offs) die doelgroepen aan de merken en domeinen zullen verbinden. Via die weg versterkt de omroep haar maatschappelijke positie en is zij verankerd in de samenleving.



EO
De EO is een volwaardige omroeporganisatie binnen het publieke bestel en onderscheidt zich van andere omroepen. Wij zijn een gemeenschap van mensen die het verlangen delen om verhalen te vertellen over het geloof en het volgen van Jezus.
Deze passie vertaalt zich in een tweeledige taak:

I. Mensen bereiken met programma's gemaakt vanuit onze christelijke identiteit over onderwerpen die met het leven en het geloof te maken hebben. We willen eigentijds missionair zijn, mensen tot nadenken aanzetten, het maatschappelijk debat inhoud geven en mensen met elkaar verbinden.
II. Christenen vertegenwoordigen door voor hen herkenbare, aantrekkelijke en tot nadenken stemmende programma's te maken. Op die manier verbinden we diverse (christelijke) stromingen met elkaar en draagt de EO bij aan een brede maatschappelijke verankering van de publieke omroep.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De EO is een loyaal voorstander van het publieke bestel en levert daarin een krachtige, onderscheidende en innovatieve bijdrage. Dat doen we door te voldoen aan de kwantitatieve en kwalitatieve doelstellingen van de NPO. In onze programmering richten we ons in het bijzonder op de volgende drie thema's: Geloven, Samenleving en Natuur.

Geloven
De EO levert een grote bijdrage aan het thema Geloven. Met vertrouwde levensbeschouwelijke programma's als Nederland Zingt en Bakkie Troost is de EO zeer onderscheidend van andere omroepen. Meest prominent is het dagelijkse programma Geloof en een Hoop Liefde. Ook wil de EO doorgaan met het vastleggen van grootse evenementen zoals The Passion en Kersfeest op de Dam. The Passion is in de afgelopen jaren uitgegroeid tot één van de grootste multimediale tv-evenementen van Nederland. Met deze evenementen weten we mensen met elkaar te verbinden.



Op NPO Zapp(elin) wil de EO opnieuw met educatieve en onderscheidende series komen, zoals over kinderbijbelverhalen en met de dramaserie Sams Kerst.

De EO wil ook bijdragen het thema Geloven op Radio, zoals op NPO Radio 4 met EO Klassiek. Op NPO Radio 5, dé plek om de doelgroep Standvastige Gelovigen te bedienen, zet daarbij in op de programma's de EO aanwezig met onder meer Laat Ons De Rustdag Wijden, De Muzikale Fruitmand, Groot Nieuws, Musica Religiosa en Onderweg.

Op internet zet de EO in op het betrekken en verbinden van jongeren uit onze achterban. Door het bieden van informatie, verdieping en interactie rondom onze programma's, weten we een grote groep jongeren aan te spreken.

Samenleving
Als EO staan we midden in de samenleving. Al jaren leveren we een onderscheidende bijdrage aan het maatschappelijk debat. Opiniërende programma's gemaakt vanuit een duidelijk christelijk profiel die mensen tot nadenken stemmen en het maatschappelijk debat inhoud geven. Op tv gebeurt dat vanaf 2016 meer en meer in de vorm van spraakmakende en impactvolle projecten, naast programma's waarin gesprek en debat centraal staan. De komende concessieperiode investeren we met blijvende aandacht in het ontwikkelen van vernieuwende formats.

Opiniering op radio is voor de EO van groot belang. Zo maken wij het actualiteitenprogramma Dit is de Dag. Hiermee dragen we bij aan een evenwichtig en onderscheidend aanbod op NPO Radio 1. In onze opiniërende programma's worden eigenzinnige journalistieke keuzes gemaakt qua onderwerp en invalshoek. Bij het thema Samenleving horen ook de programma's die gaan over (het herstellen van) intermenselijke relaties, passend bij onze missie.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Natuur
Met het thema Natuur willen we laten zien dat we mogen genieten van Gods schepping. Maar we zijn ons ook bewust van de verantwoordelijkheid die we hebben om er zorgvuldig mee om te gaan. Beide aspecten komen in dit thema tot zijn recht. Onze natuurprogramma's verrijken, informeren en inspireren. We hebben met onze natuurseries een groot bereik. Ook in 2016 willen we de kijker laten genieten van de schoonheid van Gods schepping met nieuwe, ook in Nederland geproduceerde, natuurseries. Speciale aandacht is er voor natuur in de kinderprogrammering, waarmee we ook kinderen enthousiast maken voor de natuur. Dat doen we met de live actiedag Zapp your planet en het tv-programma Koek en Ei.

Maatschappelijke verankering
De EO heeft een sterke maatschappelijke verankering. Naast de programmatische bijdragen, blijft de EO investeren in de relatie met leden, kerken en verwante organisaties. Vanuit een gedeelde aandacht voor zingeving en passie vanuit het christelijk geloof, vullen we elkaar aan en weten we elkaar te vinden en te versterken. Rond verschillende cross mediale projecten kunnen we hierdoor ons publiek nog beter bedienen. De EO levert met het specifieke karakter van haar programmering, gericht op verschillende leefstijlgroepen, een unieke en onmisbare bijdrage aan een pluriform bestel.

Human

Human, de humanistische omroep, is de aspirant-omroep, die de levensbeschouwing vertegenwoordigt van dat deel van de Nederlandse bevolking, dat het humanisme van groot belang vindt. Human biedt een podium aan hun seculier levensbeschouwelijke perspectief. Kernwaarden zijn zelfbeschikking, verantwoordelijkheid, inlevingsvermogen, verdraagzaamheid, rechtvaardigheid, ruimdenkendheid en openheid.
In crossmediale programma's, waarin ieder platform zijn eigen rol heeft, beoogt Human vanuit zijn levensbeschouwing bij te dragen aan de persoonlijkheidsvorming en het verwerven van het vermogen van het individu om weerbaar en veerkrachtig actief te participeren in de samenleving. Vanuit filosofische en psychologische benaderingen draagt Human kennis over en onderzoekt persoonlijke levensvragen en maatschappelijke vraagstukken.

Human richt zich niet alleen op de 23% van de bevolking, die blijkens onderzoeken het humanisme van het grootste belang vindt, maar van daaruit ook op andere publieksgroepen. Bijzondere aandacht is er voor jonge Nederlanders en actieve burgers.

De omroep ontwikkelt zijn programma's altijd in permanente wisselwerking met experts en geïnteresseerd publiek en is ingebed in samenwerkingsverbanden met de humanistische beweging, verwante maatschappelijke instellingen, educatieve organisaties en media. Via dit netwerk laat Human de publieke investering in zijn programma's renderen door strategieën die rondom en na uitzending langdurig bereik en impact vergroten. Human specialiseert zich in vier genres, die bij uitstek geschikt zijn om zijn doelen te verwezenlijken: filosofische en psychologische programma's, onderzoeksjournalistiek, documentaire en drama. Een hoge journalistieke en artistieke kwaliteit is kenmerk van ieder programma. Het humanisme is daarbij steeds het levensbeschouwelijke ijkpunt.

KRO-NCRV

Het katholieke- en protestantse gedachtegoed, zoals verankerd in de missies van de verenigingen KRO en NCRV, is de verbindende schakel in het programma-aanbod van KRO-NCRV. Het omroepbedrijf voorziet in de toenemende vraag naar authentieke en kwalitatieve content die zich kenmerkt door zingeving en maatschappelijke betrokkenheid.
Wij zijn daarbij ook actief op zoek naar nieuwe vormen van verankering door ons te verbinden met verwante groepen in de samenleving.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



KRO-NCRV programmering richt zich op alle leefstijl- en leeftijdsgroepen en biedt een breed pakket aan, gericht op: opinie, samenleving, levensbeschouwing, expressie en kennis. KRO-NCRV zet sterk in op innovatie en wil daarin voorop lopen.
KRO-NCRV wil op alle televisienetten en de belangrijkste radiozenders aanwezig zijn.

Het omroepbedrijf KRO-NCRV verzorgt de programma's voor de merken KRO-NCRV, KRO en NCRV. Deze merken delen een gemeenschappelijk waardepatroon: respectvol voor betrokkenen, hoogstaande kwaliteit, optimistisch van toon, authentiek, verdiepend en de menselijke maat. Specifieke levensbeschouwelijke programma's vanuit de katholieke stroming, wil de KRO-NCRV per 1 januari 2016 onder het KRO-merk gaan uitzenden De levensbeschouwelijke programma's vanuit de protestants christelijke stroming, zoals Schepper & Co en De Verwondering, wil de KRO-NCRV onder het merk NCRV gaan uitzenden.

Wij realiseren onze missie met name in de volgende vijf genres: human interest, betrokken kwaliteitsjournalistiek, drama, jeugd en levensbeschouwing. Deze genres bieden veel mogelijkheden om de missies van de KRO en NCRV uit te dragen. De protestantse levensbeschouwing en katholieke identiteit, het DNA van onze beide verenigingen en het omroepbedrijf, is overigens niet beperkt tot het genre van levensbeschouwing; het komt tot uiting in meerdere programma's.

Het accent van de programmering ligt op NPO 1 en NPO 2
NPO 1 is het net voor de brede programmering, het verbinden van mensen. Het is het net waar alle leefstijlgroepen kunnen worden bereikt met brede programma's, zoals Spoorloos en Boer Zoekt Vrouw.
NPO 2 is het verdiepende net met kwaliteitsjournalistiek en levensbeschouwing. KRO-NCRV geeft hier invulling aan met programma's als Brandpunt, Reporter, Binnenste Buiten, De Wandeling, Kruispunt, De Monitor en Schepper & Co.

Hoewel KRO-NCRV minder programma's op NPO 3 uitzendt, is deze zender absoluut van belang vanuit de gezamenlijke ambitie om de hele samenleving te bereiken. Hier zijn de jongere doelgroepen te bereiken met programma's, zoals Hij is een Zij en Keuringsdienst van Waarde.
Het speerpunt jeugd van KRO-NCRV komt in hoge mate tot uiting op NPO Zapp/Zappelin. Hier vindt KRO-NCRV aansluiting bij kinderen tot 12 jaar met Kindertijd, de BZT-show, SpangaS en Zapplive.
KRO-NCRV profileert zich ook met dramaproducties als Penoza.

Op radio biedt KRO-NCRV programmering waarmee invulling gegeven kan worden aan de missies van de verenigingen. NPO Radio 1 is de zender waarop de KRO-NCRV de journalistieke programmering een plek wil geven met De Ochtend, Reporter Radio en De Taalstaat. Op de andere radiozenders wil KRO-NCRV vorm geven aan maatschappelijke betrokkenheid

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

en zingeving met programma's als Plein 5, Schepper & Co, De Staat van Stasse, Gijs 2.0, Theater van het Sentiment, Adres onbekend, klassiek en religie met Antoine Bodar et cetera.

Om de missie van de beide ledenomroepen KRO en NCRV te realiseren zijn radio en televisie alleen niet voldoende, nieuwe media spelen daarbij een essentiële rol.

KRO-NCRV voert daarom een zeer actief nieuwe mediabeleid, dat gericht is op impact en binding. De kern is dat we de beleving rondom onze programma's digitaal verlengen en interactief maken. Dit doen we door middel van cross- en transmediale toepassingen (als integraal onderdeel van de mediaformats), zoals bij SpangaS, De Slimste Mens, Zappmysterie, De Monitor en Boer Zoekt Vrouw.

MAX

MAX maakt programma's vanuit de leef- en denkwereld van de vijftigplusser. Het is vooral de manier waarop MAX programma's maakt en zijn doelgroep bereikt, die onderscheidend is. Vanuit een onafhankelijke positie, zowel van politiek als geloof, bereiken wij de vijftigplussers op een manier die hen aanspreekt. En dat dat werkt, blijkt uit de bereikcijfers; MAX bereikt relatief de meeste vijftigplussers binnen de publieke omroep. MAX zal zich ook het komende jaar inzetten om alle vijftigplussers te bereiken. Van de vijftiger die nog werkt, en wellicht nog kinderen thuis heeft wonen, tot de tachtiger die geniet van het leven en kleinkinderen, maar wellicht tegen wat gezondheidsproblemen aanloopt.

Dé vijftigplusser bestaat niet, maar onderscheidt zich als groep wel van andere leeftijdsgroepen. Juist de vijftigplusser is door alle positieve en negatieve ervaringen in staat om het leven ten volle te vieren. Door al zijn levenservaring is de vijftigplusser tevens in staat normen en waarden aan



anderen om hen heen over te brengen. MAX wil de vijftigplussers niet alleen kwalitatief hoogwaardige content op radio, televisie en internet bieden, maar ook opkomen voor hun belangen. We hebben tevens aandacht voor de mindere kanten van het ouder worden, zoals eenzaamheid en een verslechterende gezondheid. Wij zetten ons in om het leven van ouderen te verbeteren en te veraangenamen, in Nederland en daarbuiten. Dat doen we met de stichting MAX Maakt Mogelijk, maar ook door een actieve vereniging te zijn voor onze leden, inmiddels ruim 350 duizend. We bieden hen leuke activiteiten, inspirerende bijeenkomsten en een digitaal platform voor ontmoeting, maar ook hulp bij juridische vragen door middel van de MAX Ombudsman.

MAX maakt voor haar doelgroep een breed aanbod aan programma's. Van human interest en opinie tot informatie, cultuur en Nederlands drama. In die laatste categorie zendt MAX in 2016 met trots twee nieuwe series uit: Dokter Deen (seizoen 3) en Heer & Meester (seizoen 2). Met beide series bereikt MAX een breed publiek, die de series zeer waarderen. MAX draagt hiermee volop bij aan de doelstellingen van de NPO als geheel in dit genre.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Informatie en consumentenzaken blijven belangrijke aandachtsgebieden bij MAX. We willen mensen informeren over het grote en het kleinere nieuws, over interessante ontwikkelingen in de samenleving en persoonlijke ervaringen. Op NPO 1 brengen we bijvoorbeeld dagelijks aan het eind van de middag Tijd voor MAX en Hallo Nederland. In Hallo Nederland werkt MAX samen met de regionale omroepen om het nieuws te brengen dat het landelijke journaal niet haalt. MAX is een belangrijke speler op NPO Radio 5. Op NPO Radio 5 wil MAX starten met een nieuw programma aan het begin van de avond waarin tijd is voor een lang gesprek, voor landelijke en regionaal nieuws en natuurlijk voor mooie muziek.

Het registreren en uitzenden van belangrijke landelijke en regionale evenementen is bij uitstek een publieke taak. Ook in 2016 is MAX aanwezig bij vele evenementen in het land, zoals het Carnaval, de Taptoe, Bloemencorso's en bijzondere concerten. Indien mogelijk doet MAX dat in samenwerking met de regionale omroepen. Een heel bijzonder evenement dat MAX zelf organiseert is de Missie MAX-dag, onderdeel van het programma Missie MAX. In dit programma steken we uitgezonden militairen, politiefunctionarissen en hun thuisfront een hart onder de riem tijdens de feestdagen door persoonlijke boodschappen opgenomen tijdens de Missie MAX-dag naar dierbaren aan het front te brengen.

NOS

De NOS is de grootste nieuwsorganisatie van Nederland. We doen 24 uur per dag verslag van nationale en internationale nieuws- en sportgebeurtenissen en van grote evenementen. Via alle mogelijke platformen.

Waarom? Omdat het in een democratie van het grootste belang is dat burgers hun keuzes in het leven maken op basis van zo objectief en betrouwbaar mogelijke informatie. Als onderdeel van de NPO heeft de NOS bovendien de taak een zo breed mogelijk publiek aan te spreken, van jong tot oud en van laag tot hoog opgeleid. Elke dag weer zijn de NOS'ers bezig om aan die doelstellingen invulling te geven.

Dat is geen geringe uitdaging, ook al omdat de concurrentie steeds mondialer wordt (FOX, Netflix, Apple TV, et cetera). Het antwoord van de NOS; blijven inzetten op kwaliteit, bereik, imago en innovatie. Door (sport) nieuws te maken dat aan de hoogste standaard voldoet en een goed venster op de wereld biedt. Vanuit Nederlands perspectief. Door de inhoud toe te snijden op de behoeften van de gebruiker. Wil hij bijblijven? Niks missen? Beleven? Een mening vormen? Op welk moment van de dag heeft hij welke behoefte? En van welk medium maakt hij dan gebruik? Radio, internet, apps, teletekst, sociale media en/of televisie? Het gaat hierbij dus niet zozeer om de keuze van het (sport-)nieuws, als wel om de manier waarop de gebruiker het krijgt voorgeschoteld.

De afgelopen jaren is de NOS uitgegroeid van een klassiek radio- en televisiebedrijf naar een multimediale nieuwsfabriek, met een populaire website en massaal gebruikte apps. Op die weg gaan we de komende jaren door. Een nog sneller en breder nieuwsaanbod, aantrekkelijk en uitnodigend vormgegeven. Met nog meer aandacht voor live beeld en geluid.
Op alle platformen. Van nieuws, sport en nationale en internationale evenementen. Betrouwbaar en voor alle burgers van Nederland.

NTR

Hart van het publieke bestel.
Sinds 1 januari 2014 is de NTR verankerd in de Mediawet en heeft als wettelijke opdracht het verzorgen van informatieve, culturele en educatieve programma's voor het gehele publiek. De NTR is onafhankelijk, onpartijdig en objectief. Ze is gericht op een samenleving van actieve, zelfstandige en nieuwsgierige burgers.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De waarden en taken van de NTR sluiten naadloos aan op de prioriteiten van de NPO (journalistiek, drama, documentaires, kinderen, kennis en cultuur). Daarmee staat de NTR in het hart van het publieke bestel.
De NTR is breed verankerd in de samenleving. Ze werkt nauw samen met tal van maatschappelijke en culturele organisaties van het Holland Festival tot het Wereld Natuur Fonds, van het Fonds Verstandelijk Gehandicapten tot de Nederlandse Opera. De NTR is een taakorganisatie, een omroep zonder leden. Primair is altijd de inhoud van de programmering. De achterban van de NTR bestaat uit haar kijkers, luisteraars en bezoekers van de diverse online platformen.

Kunst en Cultuur
De NTR is de grootste cultuuromroep van Nederland, bewandelt vaak niet-geëigende paden en maakt verrassende en avontuurlijke kunst en cultuur toegankelijk. De NTR is een vangnet voor kunst die moeilijk elders een podium vindt. De ontwikkeling van jong talent is een prioriteit. De NTR is één van de belangrijkste co-producenten van muziek- en dans-voorstellingen en festivals zoals het North Sea Jazzfestival, Pinkpop en de Nederlandse Dansdagen, van speelfilms, drama en documentaires. Daarmee vervult de NTR een sleutelrol in het culturele veld.

Educatie
Educatie is één van de belangrijkste pijlers van de publieke omroep. Het is ook een kerntaak van de NTR. Of het nu om volwassenen, bijna volwassenen of de jeugd gaat. Voor de NTR is het belangrijk dat mensen kunnen meedoen in de samenleving: meepraten, meebeslissen en zelfstandig keuzes maken.

Informatie
De NTR heeft een bijzondere taak bij het verzorgen van achtergrond-informatie. Dat gebeurt in de eerste plaats via Nieuwsuur, de toon-aangevende dagelijkse nieuws- en actualiteitenrubriek van de publieke omroep. In Nieuwsuur is er ruim aandacht voor financieel-economisch nieuws, buitenlandse berichtgeving, onderzoeksjournalistiek en Europees nieuws. Maar de NTR doet veel meer op dit gebied. Samen met de VPRO is de NTR verantwoordelijk voor de geschiedenisrubriek Andere Tijden en voor verschillende spraakmakende historische series over onder meer de Gouden Eeuw en de Slavernij.

Vanuit de overtuiging dat ook een jongere publieksgroep in informatie en journalistiek geïnteresseerd is maakt de NTR College Tour en het op een nog jongere doelgroep gerichte Zapp Weekjournaal.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Jeugd
De jeugdprogramma's van de NTR worden gemaakt voor kinderen van alle leeftijden. Ze zijn informatief, educatief maar nooit belerend en soms amuserend. Met Welkom in de Gouden Eeuw leren ze meer over hun eigen geschiedenis, met de klassieker Sesamstraat maken ze kennis met taal en via Het Klokhuis komen ze van alles te weten op het gebied van wetenschap en techniek. Via het platform van Schooltv met een maandelijks bereik van anderhalf miljoen worden jongeren die in het algemeen steeds minder televisie kijken in ruime mate bereikt. Met programma's waarin zij en hun soms meekijkende ouders serieus worden genomen.

Diversiteit
De NTR heeft een lange geschiedenis op het gebied van multiculturele programmering. Met amuserende programma's als zo: Raymann en De Dino Show maar ook met serieuze documentaire series als Seks en de Zonde over de positie van de vrouw in de Islamitische wereld heeft de NTR gekozen voor een brede aanpak. De veelkleurige samenleving is een gegeven. De NTR wil in haar programma's en op de werkvloer een afspiegeling zijn van de Nederlandse bevolking. Diversiteit is vanuit die gedachte geen probleem maar een creatieve uitdaging voor alle programmamakers.

PowNed
Alles wat PowNed doet, heeft een journalistiek DNA. De toonzetting is provocerend, dwars, rauw, intelligent en ongecensureerd. De kracht is een andere aanpak van nieuws en actualiteiten. Stelling nemen, confronteren, soms shockeren, juichen als we winnen, cynisch of satirisch als dat nodig is. PowNed maakt nieuws, verslaat nieuws, maar vooral; PowNed lacht het nieuws uit.

VPRO
Scherp en vernieuwend blijft de VPRO de komende jaren zijn vrijzinnige bijdrage leveren aan de radiozenders, tv-netten en internetportals van de Nederlandse publieke omroep. Onafhankelijk, zorgvuldig, kritisch en grensverleggend.

De VPRO richt de blik op de wereld en de toekomst, bedrijft eigenzinnige journalistiek en produceert intelligent amusement. De VPRO wil grensverkenner zijn, ontwikkelen, experimenteren en nieuwe verhalen vertellen via alle media.

Nog actiever dan voorheen zal de VPRO initiatieven ontplooien om nieuwe maatschappelijke en culturele bewegingen en geluiden een stem en plek te geven in het publieke bestel. De VPRO ziet voor zichzelf een duidelijke poortfunctie weggelegd tussen de publieke omroep en geestverwante stromingen en instellingen in de samenleving.

De VPRO wil samen met partners van binnen en buiten de omroep, en binnen en buiten Nederland, daadwerkelijk vernieuwende projecten initiëren. Het VPRO Medialab op Strijp-S is daarvan een voorbeeld.

De VPRO is er voor iedereen, maar richt zich vooral op de creatieve klasse, een doelgroep van 2.7 miljoen mensen, goed opgeleid, internationaal georiënteerd, geïnteresseerd en betrokken bij politiek, samenleving en cultuur. De VPRO richt zich binnen die groep op alle leeftijden, maar wil de groep van 35 tot 50 jaar in de reguliere programmering beter bereiken, zowel via de klassieke platformen als met nieuwe crossmediale concepten en via sociale media. De VPRO heeft daarnaast een traditie hoog te houden in het bedienen van jeugd en jongeren met opzienbarende en baanbrekende programma's.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Door de vergaande commercialisering en globalisering van de informatiesector staat onafhankelijke informatievoorziening onder druk. De informatieoverdaad is zo groot, dat een nieuwe schaarste aan vindbare relevante informatie dreigt. Binnen deze context ziet de VPRO een duidelijke rol voor zichzelf. Die van producent, aanbieder, initiator en gids. Producent en aanbieder van excellent media-aanbod in de VPRO-traditie, initiator van nieuwe inhoudelijke- en vormconcepten, en gids naar alles wat er toe doet rond onze programmering in de onmetelijke informatiestroom, afgestemd op de smaak en interesses van onze achterban.

Afgeleid van zijn missie kiest de VPRO in al zijn uitingen een internationaal perspectief. De reisseries - Duitsland, Frankrijk, Rusland en zijn buurlanden - op NPO 2 en programmaseries voor NPO 3 - Sunny Side of Spirit (met de BOS) en Gringo - en Bureau Buitenland op radio zijn daarvan exponenten. Aandacht voor cultuur in de ruime zin van het woord is een tweede uitgangspunt met daarbinnen een accent op boeken, film en drama, muziek, documentaires en design. Nooit meer slapen en OVT op radio en Boeken op televisie, onze documentaires en dramaseries, en crossmediale titels als Vrije Geluiden en 3voor12 behoren tot het vaste aanbod van de VPRO.

Het derde uitgangspunt is verdiepende journalistiek vanuit een toekomst- en oplossingsgericht perspectief. Tegenlicht en de onderzoeksjournalistieke programma's van Argos hebben hun sporen op dit vlak al vele jaren verdiend.
In al onze programma's - ook in de satire van Zondag met Lubach en Toren C en in onze jeugdprogramma's - blijven we met de scherpzinnige VPRO-blik naar Nederland en de wereld kijken.

Onze vaste programma's op radio en televisie en jaarlijks een onderscheidend pakket nieuwe verhalende series op televisie, onze documentaires en dramaproducties, onze crossmediale projecten en onze activiteiten in de sociale media blijven een eigen plaats innemen binnen het aanbod van de publieke omroep.

De VPRO onderschrijft de ambities en accenten zoals beschreven in het nieuwe Concessiebeleidsplan van de NPO. Journalistiek, documentaires, Nederlands series en films, kinderprogrammering, educatie & informatie en muziek & cultuur, (digitale) innovatie en evenementen. Het zijn terreinen waarop de VPRO zijn sporen ruimschoots heeft verdiend en waarmee de VPRO zich ook in de komende jaren meer dan ooit zal profileren.

WNL

WNL is de omroep van Wij Nederland. Deze nieuwe omroep stelt zich tot taak om mee te bouwen aan een publieke omroep, die een goede afspiegeling is van de grote maatschappelijke stromingen in ons land. Ook kijkers in het politieke rechts van het midden moeten trots - en thuis - zijn op onze publieke zenders.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

De omroep representeert een massieve stroming in ons land die we betitelen als liberaal-conservatief, het gewone Nederland. Deze burgers voelen zich niet altijd goed begrepen door publieke mediamakers, mogelijk doordat veel makers zich veelal links-progressief hebben ontwikkeld in hun opleiding en latere loopbaan.

De liberaal-conservatieve stroming bestaat uit betrokken mensen, echte doeners, ondernemende mensen die het verschil willen maken. Zij koesteren onze tradities (zwarte piet), geloven in het individu, hechten aan zelfontplooiing en kansen (minder regelzucht), aarzelen niet om verantwoordelijkheid te nemen, en achten veiligheid in de breedste zin belangrijk.

Bovendien vinden zij dat overheid en instituties een - door ons samen - af te bakenen rol toekomt.
WNL richt zich met bestaande (en nieuw te ontwikkelen) programma's op drie kernthema's: politiek, economie en veiligheid. WNL ziet zich als een ideële toeleverancier van programma's aan de Nederlandse Publieke Omroep. De programma's krijgen ons inziens pas waarde als zij bijdragen aan de diversiteit van de NPO-kanalen.
Wanneer het gaat om media en cultuur, kent ons land ook een tweedeling tussen links-progressief en liberaal-conservatief Nederland. WNL volgt eerder de gewone Nederlander dan de elite: van ons, voor iedereen, Nederlands, echte prestatie en samen genieten zijn onze kernwoorden. Verheffing en hoogcultuur passen bij uitstek meer bij omroepen als BNN-VARA, AVROTROS en de VPRO.

WNL wil, kortom, de Nederlandse Publieke Omroep helpen aan zoveel mogelijk legitimiteit. In de RTV-programma's is daarom vaste plek voor duiding en opinie (WNL Vandaag, Opiniemakers), agendering van onderwerpen of het aanbrengen van thema's met specifieke publieke waarde.

WNL wil ontwikkelingen of facetten in onze politiek, onze economie en onze veiligheid vertalen naar de liberaal-conservatieve stroming, met bewust een andere dan een links-progressieve of gekunsteld neutrale bril.

Hoewel WNL door de aard van de toegekende programma's veelal vanuit een journalistieke invalshoek (studio)radio en (studio)televisie maakt, wil de omroep ook verbreden naar reportageprogramma's, onderzoeksprogramma's, en op termijn wellicht drama, hulpprogramma's, documentaires en cultuurprogramma's. De liberaal-conservatieve stroming verdient meer dan alleen een talkshow, ochtendshow of een liberaal-conservatieve mening op NPO Radio 1.

WNL wil deze stroming, ook wel betiteld als de ruggengraat van onze samenleving, graag vertalen naar tal van programmavormen. WNL zal voor de NPO dan ook actief zoeken naar bijdragen, vormen en ideeën die de publieke omroep maken tot die van Wij Nederland. Omroep WNL zal dit liberaal-conservatieve geluid steeds vormgeven zoals wij vinden dat het moet klinken: positief, betrokken, toegankelijk.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Bijlage 1 - Overzicht aanbodkanalen

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
NPO-portal	Centrale portal van de NPO op internet. Hier komt online al het aanbod van de NPO samen. Met als duidelijk te onderscheiden onderdeel de gemistdiensten van de NPO (NPO Uitzending Gemist radio en tv, inclusief fragmenten) en de livestreams van de netten en zenders van de NPO en tijdelijke livestreams die zichtbaar worden bij speciale (nieuws- en sport-) evenementen en/of rondom speciale programmering tijdelijk beschikbaar komen met extra materiaal. Binnen de portal zijn het gidsen van het publiek naar specifieke (thematische) content, het bieden van context, marketing van programma's, interactie en in specifieke gevallen ook vooruitkijken, belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal
Televisie		
Lineaire hoofdkanalen		
NPO 1	Brede programmamix met actuele en betrouwbare informatie en authentieke programma's die ervoor zorgt dat alle publieksgroepen zich op dit net thuis voelen.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO 2	Verdiepende, informatieve en journalistieke zender	Algemeen televisie programmakanaal
NPO 3	Dit net sluit aan op de leefwereld van een jongere doelgroep met inspirerende, eigentijdse, originele en verrassende programma's. Nodigt uit tot interactie en participatie.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO Zapp (subprofiel van NPO 3)	Neemt kinderen serieus met aanbod dat hen raakt, dat ertoe doet en waar je iets van kan leren. De programmering verbindt en nodigt uit tot interactie en participatie.	Algemeen televisie programmakanaal
NPO Zappelin (subprofiel van NPO Zapp)	Breed, vrolijk platform waar kinderen in een veilige omgeving spelenderwijs leren ontdekken en kunnen ontspannen.	Algemeen televisie programmakanaal
Lineair televisiekanaal		
BVN	Specifiek op alle Nederlandstaligen in het buitenland gerichte brede, Nederlandstalige zender. BVN biedt (in samenwerking met VRT) een programmering waarbij nieuws, actualiteiten en evenementen centraal staan. Daarnaast is er ook een kwalitatief aanbod van programma's die informeren, inspireren en zich onderscheiden.	Overig televisie programmakanaal

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
Lineaire themakanalen		
NPO Nieuws	Nieuwskanaal met laatste nieuws, actualiteiten en live persconferenties.	Overig televisie programmakanaal
NPO Politiek/Sport	Politiek nieuws en parlementaire debatten, waarmee de werking van de democratie zichtbaar wordt. NPO Sport geeft extra ruimte aan de sport in de breedte tijdens de recessen.	Overig televisie programmakanaal
NPO Cultura	Verdiepende zender met o.a. documentaires, reportages, kunst en culturele registraties en evenementen	Overig televisie programmakanaal
NPO 101TV	Kanaal met programmering voor jongeren met o.a. humor, informatie en muziek. Biedt ruimte voor innovatieve producties die jongeren aanspreken.	Overig televisie programmakanaal
NPO Best/NPO Zapp Xtra	Programma's uit het rijke archief van de NPO, met een accent op films en series / NPO Zapp Xtra vertoont o.a. informatie, drama en amusement voor kinderen en hun ouders in een veilige omgeving.	Overig televisie programmakanaal
Gemistkanalen		
npo.nl/uitzending-gemist	Duidelijk te onderscheiden onderdeel van NPO.nl. Deze basis gemistdienst biedt het publiek de mogelijkheid om zeven dagen lang gratis zoveel mogelijk gemiste radio- en televisieprogramma's, inclusief fragmenten, terug te luisteren en te kijken. Het nu nog separate woord.nl voor radioprogramma's en fragmenten wordt hierin geïntegreerd.	Overig aanbodkanaal
NPO Plus*	Betaaldienst voor gemiste programma's met extra faciliteiten als de mogelijkheid tot preview en het langer kunnen terugkijken van het aanbod waarvan de NPO niet zelf de eigenaar van de rechten is.	Overig aanbodkanaal
Netportals		
npo3.nl	Duidelijk te onderscheiden onderdeel van npo.nl. Specifiek op jongeren gerichte portal, die	Overig aanbodkanaal

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
	inspeelt op het verschuivend kijkgedrag van jongeren. Met NPO 3 livestream, speciaal voor jongeren geproduceerde en geselecteerde video's on demand en veel interactiemogelijkheden, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen (passend bij het mediagedrag van deze doelgroep) en deelname aan acties. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten	
npozappelinapp.nl	Duidelijk te onderscheiden onderdeel van npo.nl. Specifiek op kinderen (3 tot 6 jaar) gerichte internet portal, die een veilige plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep en met veel interactie mogelijkheden, waaronder deelname aan acties en spelletjes. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal
npozapp.nl	Duidelijk te onderscheiden onderdeel van npo.nl. Specifiek op kinderen (6 tot 12 jaar) gerichte internet portal, die een veilige plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep en met veel interactie mogelijkheden, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen (passend bij het mediagedrag van deze doelgroep) en deelname aan acties. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten	Overig aanbodkanaal
bvn.tv	Specifiek op alle Nederlandstaligen in het buitenland gerichte internet portal. Hier komt online al het aanbod van BVN samen. Met als basis de livestream van de zender BVN, en een gemistdienst van programma's die ook op het lineaire kanaal BVN worden uitgezonden. Binnen de portal zijn de gids (wereldwijd in lokale tijd), nieuwsvoorziening NOS en VRT, marketing van programma's en de zender, interactie en ontvangstinformatie, belangrijke functionaliteiten.	Overig aanbodkanaal
Thematische portals		
NPO Schooltv	Specifiek op schoolkinderen (4 tot 18 jaar) gerichte internet portal, die een educatieve plek creëert en inspeelt op het kijkgedrag van deze leeftijdsgroep en met veel opzoekmogelijkheden.	Overig aanbodkanaal

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
	Fragmenten van educatieve kinderprogramma's als ook bredere programma's en hermontages voor in de klas en innovatieve overdracht van extra kennis d.m.v. verdiepende interactieve elementen. De content is zo gerubriceerd, dat ze zowel thuis als in het onderwijs te gebruiken is.	
nos.nl	De ingang voor het laatste nieuws en om NOS-uitzendingen terug te kijken, met losse nieuwsreportages van alle NOS-programma's. Ook bij belangrijke nieuws- of sportgebeurtenissen tijdelijke livestreams via NPO-player.	Overig aanbodkanaal
Radio		
Verbindende zenders		
Hoofdkanalen		
NPO Radio 5	Toegankelijke zender dichtbij oudere luisteraar die gedurende de dag fungeert als informatiebron en gids over muziek, cultuur, nieuws en maatschappelijke ontwikkelingen.	Algemeen radio programmakanaal
NPO 3FM	Vernieuwende pop/rockzender die luisteraars aangesloten en op de hoogte houdt rondom muziek en thema's die in hun dagelijks leven een rol spelen.	Algemeen radio programmakanaal
NPO Radio 2	Volwassen popmuziekzender die luisteraars aangesloten houdt bij het nieuws, supporter is van de Nederlandse muziekcultuur en als venster op de maatschappelijke en culturele agenda van Nederland fungeert.	Algemeen radio programmakanaal
NPO FunX	Urban zender die door muziekformat, nieuws, cultuur en aandacht voor maatschappelijke onderwerpen een impactvolle rol vervult in dagelijks leven van stadsjongeren.	Overig radio programmakanaal
Subkanalen		
NPO Radio 2 Soul & Jazz	Extensie van de hoofdzender NPO Radio 2 met muzikale Soul & Jazz-programmering.	Overig radio programmakanaal
NPO 3 FM Alternative	Extensie van hoofdzender NPO 3FM met muzikale programmering van nieuwe, alternatieve muziek. Agendeert nieuw Nederlands en internationaal talent in het alternatieve genre.	Overig radio programmakanaal

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Naam kanaal	**Korte omschrijving**	**Type kanaal**
NPO 3FM KX Radio	Extensie van hoofdzender NPO 3FM met ruimte voor innovatieve ideeën en experimenten van dj's en opleidingsmogelijkheden voor nieuw talent.	Overig radio programmakanaal
NPO Radio 5 SterrenNL	Extensie van hoofdzender NPO Radio 5 met muzikale programmering van Nederlandse artiesten. Stimuleert de Nederlandse populaire volkscultuur in de breedte.	Overig radio programmakanaal
NPO FunX Slow Jamz	Extensie van hoofdzender NPO FunX met muzikale programmering van Slow Jamz. Relevante uitsnede uit het onderscheidende muziekprofiel van NPO FunX.	Overig radio programmakanaal
NPO FunX Dance	Extensie van de hoofdzender FunX met muzikale programmering van Dance muziek. Agendeert nieuwe Nederlandse Dance artiesten.	Overig radio programmakanaal
NPO FunX Turkpop*	Extensie van de hoofdzender FunX met muzikale programmering van Turkpop. Relevante uitsnede uit het onderscheidende muziekprofiel van NPO FunX voor een doelgroep die we minder bereiken.	Overig radio programmakanaal
Zenderportals		
NPO 3FM portal	Portal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO Radio 2 portal	Portal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van	Overig aanbodkanaal

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Naam kanaal	**Korte omschrijving**	**Type kanaal**
	context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	
NPO Radio 5 portal	Portal met live audiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO FunX portal	Portal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
Verrijkende zenders		
Hoofdkanalen		
NPO Radio 1	Nieuws- en sportzender die luisteraars betrouwbaar, actueel en gevarieerd informeert en op pluriforme wijze achtergronden en duiding brengt.	Algemeen radio programmakanaal
NPO Radio 4	Initiatiefrijke zender die midden in de samenleving staat met uitnodigend aanbod van en informatie over klassieke muziek en kunst en een spil en gids is in het klassieke muziekleven.	Algemeen radio programmakanaal

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
Subkanalen		
NPO Radio Nieuws en Evenementen*	Tijdelijk kanaal dat wordt ingezet bij evenementen voor extra verslaglegging. Als er geen evenementen zijn, wordt er 24 uur per dag het laatste nieuwsbulletin uitgezonden.	Overig radio programmakanaal
NPO Radio 4 Eigentijdse Concerten	Extensie van de hoofdzender NPO Radio 4 met voornamelijk registraties van klassieke muziekuitvoeringen uit het rijke omroeparchief.	Overig radio programmakanaal
Zenderportals		
NPO Radio 1 portal	Portal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
NPO Radio 4 portal	Portal met live audiostream; live lineaire visual radiostream; audio en video's on demand en mogelijkheden voor interactie, waaronder het samenbrengen en zichtbaar maken van sociale media-uitingen en deelname aan acties. Met nieuws- en achtergrondinformatie over een breed scala aan onderwerpen passend bij en ondersteunend aan de zender. Binnen de portal zijn het gidsen van de doelgroep naar andere kanalen en websites binnen de NPO, het bieden van context en marketing van programma's belangrijke functionaliteiten. Dit alles passend bij het mediagedrag van de luisteraars.	Overig aanbodkanaal
Omroepportals		
avrotros.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de	Overig aanbodkanaal

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
	portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	
bnnvara.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
vara.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
bnn.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
kroncrv.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
kro.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de	Overig aanbodkanaal

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
	portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	
ncrv.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand-programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
eo.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand-programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
vpro.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
omroepmax.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
ntr.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de	Overig aanbodkanaal

Naam kanaal	Korte omschrijving	Type kanaal
	portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	
Aspirantportals		
human.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
powned.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal
omroepwnl.nl	Portal om de binding met het publiek en de achterban te versterken door middel van verdieping en duiding van, interactie over en/of embedded via de gezamenlijke NPO-player, zichtbaar maken van programma-aanbod van een omroep. Het on demand- programma-aanbod op de portal is gelijk aan het aanbod in de gratis gemistdienst van de NPO en wordt eventueel geordend op thema.	Overig aanbodkanaal

- Deze kanalen onder voorbehoud van goedkeuring door de staatssecretaris van OCW.

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Bijlage 2 - Toelichting begroting SOM

De Stichting Omroepmuziek presenteert de jaarbegroting voor het boekjaar 2016. De Stichting doet dat in overleg met de NPO. Begroting en toelichting maken onderdeel uit van de Meerjarenbegroting 2016 van de NPO. NPO verwijst in zijn MJB 2016-2020 op pagina 46 naar de SOM Begroting 2016 en zijn toelichting.

Fundament leggen/Uitbouwen bedrijf

De SOM exploiteert sinds 1 augustus 2013 ex Artikel 2.183 lid 1 het Groot Omroepkoor en het Radio Filharmonisch Orkest. In ons bedrijf zijn ook opgenomen de programmering en productie van de zogenoemde omroepseries in relatie met NPO Radio 4. In de eerste (boek)jaren na de reorganisatie van het MCO is het SOM beleid gericht op herschikking van taken en middelen en het bestendigen en uitbouwen van de in 2013 opnieuw geformuleerde (media-)opdracht. In 2016 zal het beleid opnieuw gericht zijn de doorontwikkeling van de volgende zaken:

Omroepseries

De productie van en levering aan de NTR Zaterdagmatinee, AVROTROS Vrijdagconcert en Zondagochtendconcert, in totaal 52 concerten met RFO en GOK. Het beleid is gericht om het onvoorwaardelijk overeind houden van de in 2013 overeengekomen productie.

Het Groot Omroepkoor is in 2013 kleiner geworden, dat betekent dat de versterkingskosten (van 60 naar 80 zangers) toenemen. Ook de NAT-partners (net als de samenwerkende landelijke orkesten) stellen dat voor hogere koorkosten binnen de series beperkt ruimte is. Beleidsmatig kan dat er toe leiden dat de inzet van het GOK in de omroepseries in geringe mate afneemt ten gunste van de landelijke orkesten en andere opdrachtgevers, die verhoopt wel in staat zijn de versterkingskosten van het GOK te betalen.

Buiten de omroep

De productie en levering aan diverse opdrachtgevers buiten de omroep, waaronder de levering van diensten (6 concerten) van het Groot Omroepkoor aan de landelijke orkesten. In totaal levert de SOM 32 concerten buiten de omroep.

De SOM zal zijn ensembles en producties, zonder aan de omroeptaken en of het omroepvolume te tornen en met inachtneming van het dienstbaarheidsverbod, zoveel mogelijk ook aanbieden aan opdrachtgevers buiten de omroep. Wij denken aan hernemingen van omroepproducties ten behoeve van nationale evenementen, nieuwe doelgroepen (Pieces of Tomorrow) en aan nationale muziekeducatie in co-productie met de NPO en de omroepen.

Kwaliteit

Het RFO en het GOK staan programmatisch en kwalitatief vooraan, het GOK zelfs als enige producent van symfonisch koorrepertoire in Nederland. Als geen ander brengen zij in het kader van de omroepseries nieuwe werken ten gehore. Wij zullen deze internationale kwaliteit en statuur uitbouwen enerzijds door ons hoogstaande programmabeleid, anderzijds door de inzet van het toptalent van onze musici en van dirigenten en solisten. De respons daarop van ons grote en zelfs groeiende publiek, zullen wij steeds vaker vragen en opleveren als bevestiging van ons kwaliteitsbeleid. Die publieke waardering is een belangrijke grondslag van ons artistiek-mediale bedrijf en de publieke financiering daarvan.

Verbetering eigen inkomsten

Nu wij sinds 2013 ook zelf ontvanger zijn van de kassa-inkomsten, willen we in 2016 (seizoen 2016/2017) ons prijsbeleid opnieuw formuleren. Wij denken dat gelet op de kwaliteit van de series en het voorzichtige herstel

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

van de economie, ons aanbod op specifieke plekken (passe-partouts) te laag geprijsd is.

Wij kunnen ons voorstellen dat in de loop van de volgende meerjaarsperiode 2016-2020 een prijsstijging per jaar van circa 3 tot 4% mogelijk moet zijn, zonder dat er sprake is van vraaguitval in verband met deze prijsverhogingen. De opbrengst daarvan zou jaarlijks circa 50 duizend euro zijn. Bij dat aangepaste prijsbeleid gaan we ervan uit dat de bijdragen door omroepen uit Geld-op-Schema gelijk blijven.

Ook zullen wij in 2016 een begin maken met het opzetten van een fondsenwervingsprogramma onder de trouwe bezoekers van de omroepseries. Uit hun soms jarenlange bezoek aan de series NTR Zaterdagmatinee en AVROTROS Vrijdagconcert leiden wij af dat zij veel waarde hechten aan het bestaan van dit aanbod en hun specifieke uitvoerders RFO en GOK. Gegeven die waarde, denken wij dat onder dit publiek (veel) liefhebbers zijn die op andere wijze dan door het kopen van een ticket, het (voort)bestaan van dit aanbod door series en ensembles willen steunen. De beoogde opbrengst in het boekjaar 2016 is 25 duizend euro, in de jaren daarna moet dat oplopen tot circa 150 duizend euro in 2020.

Eigen merkwaarde RFO en GOK meer in de markt zetten

RFO en GOK zijn de onmisbare uitvoerders van wat in de omroepseries zo creatief wordt geprogrammeerd, zijn ook essentiële uitvoerende schakels van het Levende Muziekbeleid van de NPO. Die positie in de keten leidt er in onze visie soms toe dat de eigen merkwaarde van RFO en GOK onvoldoende tot uiting komen. Niet iedereen weet altijd dat het unieke en topniveau van de omroepseries in hoge mate gedragen worden door RFO en GOK, hun musici en dirigenten en solisten.

In 2015 zijn nieuwe websites voor de beide ensembles gelanceerd die in staat stellen om de eigen merkwaarden van RFO en GOK beter in de markt te zetten. Wij zullen in 2016 meer middelen vrij maken om dat merkbeleid te intensiveren. We zullen dat met name doen in collegiale relatie met de NPO, zodat de merkwaarde die door NPO en de omroepen al gerealiseerd wordt, meer ook de twist krijgt van RFO en GOK. In 2016 is met dit merkbeleid ten behoeve van de beide ensembles 60 duizend euro gemoeid.

Publiek

Wij zien in Utrecht in 2014 en 2015 (heropening Tivoli Vredenburg) een sterke groei van ons bezoek aan de serie AVROTROS Vrijdagconcert en daarnaast aan de in 2014 nieuw gestarte doelgroep serie Pieces of Tomorrow. In de NTR Zaterdagmatinee zijn onze bezoekcijfers in 2013 en 2014 bepaald op peil gebleven, ondanks de algemene teruglopende trend in de sector. Wij willen in 2016 de in Utrecht in 2014 en 2015 gerealiseerde groei behouden, voor de NTR ZaterdagMatinee formuleren wij een groeidoelstelling van 5% = circa 2000 bezoeker meer (per boekjaar/per seizoen 2016-2017).

Muziekcentrum van de Omroep

Het grote studiocomplex aan de Heuvellaan zal in 2016 meer ten dienste staan van de Hilversumse samenleving, van de regio Groot Gooi. Deze openstelling naar de omringende samenleving, past in het Mediastadbeleid dat de gemeente Hilversum voert. Naast de bedrijfsmatige verhuur aan een paar vaste grote huurders (dbMediagroep, Metropole Orkest en Globe CKC), zien we toenemend gebruik door amateurverenigingen voor hun koor- en of theaterrepetities. Dat het complex ook erg geschikt is voor seminars, trainingen en congressen, willen we in 2016 toenemend bewijzen en daarna uitbouwen en consolideren tot een vaste waarde in Hilversum en wijde omgeving. Vanzelf spreekt dat in dat kader ook onze

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

primaire relaties NPO/Omroepen profijt kunnen trekken van de rijke en historische accommodatie die het MCO-complex is.

Algemeen financieel

Bij de oprichting van de SOM hebben partners/stakeholders en kwartiermakers een exploitatietekort voorzien, gegeven de toen gekozen uitgangspunten. Uit de praktijk van de boekjaren 2014 en 2015 blijkt dat de bouwheren niet helemaal ongelijk hebben. De SOM is door zijn unieke programmering, zijn ensembles van topniveau en hun nog steeds grote omvang, een kostbaar bedrijf. Wij proberen door buitengewoon kritisch te zijn op de kosten – ook in de sfeer van de stafondersteuning - te presteren en te exploiteren binnen de beschikbare middelen, binnen de vooraf opgestelde begroting. De verbetering van onze resultaten aan de batenkant hebben daarbij ook onze aandacht.
We denken dat we in 2016 - het derde boekjaar sinds de oprichting van de SOM - daar in zullen slagen.

Hilversum, 31 augustus 2015

Stan P.F.M. Paardekooper
directeur



Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Staat van baten en lasten 2013-2016

	2016*		2015*		2014*			2013 (5 mnd)		
(in euro's)	Budget	%	Budget	%	Werkelijk	Budget	%	Werkelijk	Budget	%
Vergoeding ministerie OCW	15.221.394	71%	15.070.687	70%	14.884.629	69%	14.885.000	6.236.753	72%	6.237.000
Naburige rechten	500.000	2%	500.000	2%	500.000	2%	500.000	72.358	1%	145.000
Fin. bijdr. uit frictiekosten	0	0%	140.000	1%	200.000	1%	200.000	0	0%	0
Bijdrage Levende Muziek	3.050.000	14%	3.050.000	14%	3.050.000	14%	3.050.000	1.354.000	16%	1.354.000
Ticketinkomsten	1.622.554	8%	1.572.554	7%	1.583.989	7%	1.290.000	554.176	6%	546.000
Uitspelen	450.000	2%	426.500	2%	440.230	2%	150.000	42.019	0%	62.000
Huuropbrengsten	660.800	3%	635.000	3%	678.148	3%	588.000	267.856	3%	267.000
Overige	60.000	0%	0	0%	325.672	2%	0	107.254	1%	2.000
Baten	**21.564.748**	**100%**	**21.394.741**	**100%**	**21.662.668**	**100%**	**20.663.000**	**8.634.416**	**100%**	**8.613.000**
Totaal arbeidskosten	16.607.852	77%	16.505.511	77%	16.779.783	77%	16.076.400	6.732.488	79%	6.730.000
Totaal overige kosten	4.456.896	21%	4.389.230	21%	4.565.059	21%	4.086.600	1.736.498	20%	1.738.000
Naburige rechten	500.000	2%	500.000	2%	500.000	2%	500.000	72.157	1%	145.000
Totaal doorberekende kosten	0	0%	0	0%	16.892	0%	0	-598	0%	0
Lasten	**21.564.748**	**100%**	**21.394.741**	**100%**	**21.861.734**	**100%**	**20.663.000**	**8.540.545**	**100%**	**8.613.000**
Saldo baten en lasten	**0**		**0**		**-199.066**		**0**	**93.871**		**0**

*** Volledig boekjaar**

Inhoud

Door op de hoofdstuknaam te klikken, gaat u direct naar het bewuste hoofdstuk.

Resultaat begroting 2016

Resultaat 0 euro

Het resultaat van de begroting 2016 is nihil.

Baten (+ 21.565.000 euro)

- De bijdrage uit de Mediawet zal in de concessieperiode 2016-2020 gehandhaafd blijven en wordt voor 2016 geïndexeerd met 1% ten opzichte van 2015.
- De bijdrage naburig recht wordt via de NPO aangevraagd en is een jaarlijkse bijdrage van 500 duizend euro, welke wordt verdeeld tussen SOM en Metropole Orkest. Deze regeling loopt tot en met eind 2016.
- De financieringsbijdrage uit frictiekosten voor natuurlijk verloop Groot Omroepkoor eindigt in 2016.
- De bijdrage Levende Muziek/Geld op Schema voor de omroepseries blijft in 2016 gehandhaafd op het niveau van 2015.
- Ticketinkomsten nemen in 2016 toe met 50 duizend euro per seizoen door stijging van de ticketprijzen.
- Toename van de overige inkomsten met 109 duizend euro door meer e/o hogere uitkoopsommen, jaarlijkse indexering van 1% van de huuropbrengsten en overige inkomsten door sponsoring/subsidies.

Lasten (-/- 21.565.000 euro)

- **Arbeidskosten (-/- 16.608.000 euro)**
  - Vaste arbeidskosten -/- 12.843.000 euro
    De arbeidskosten van vaste medewerkers zijn het totaal van de vaste medewerkers SOM aangevuld met de gedetacheerde medewerkers van de publieke omroep.
    Lonen & salarissen, pensioenpremies, sociale lasten, kosten voor leren & ontwikkelen, toeslagen en reizen van de vaste medewerkers en gedetacheerden nemen toe met gemiddeld 1,6% door o.a. autonome stijging door de reguliere tredeverhoging in de salarisschalen en prijsstijgingen van overige kosten.
  - Flexibele medewerkers -/- 900 duizend euro.
    De kosten voor flexibele medewerkers (inhuur wegens vacatures, vervanging/ziekte, versterking en tijdelijke hulpkrachten), nemen in 2016 af met 50 duizend euro ten opzicht van 2015, door minder inhuur van flexibele medewerkers.
  - Dirigenten -/- 1.050.000 euro.
    Afname van 50 duizend euro in 2016 ten opzichte van 2015, door lagere honoraria.
  - Artistieke inhuur -/- 1.815.000 euro.
    De kosten voor artistieke inhuur worden gehandhaafd op het niveau van 2015.

- **Overige kosten (-/- 4.457.000 euro)**
  - Afschrijvingen -/- 331 duizend euro.
    Afschrijvingen nemen toe met 1% door investeringen die in de voorgaande jaren zijn gedaan.
  - Techniek- en programmakosten -/- 2.076.000 euro.
    Techniek- en programmakosten blijven gehandhaafd op het niveau van 2015.
  - Huisvesting -/- 996 duizend euro.
    De huisvestingskosten stijging met 0,5% ten opzichte van 2015[10].
  - Overige bedrijfskosten -/- 810 duizend euro.
    De overige bedrijfskosten stijgen met 1% door stijging van de kosten en nemen met 60 duizend euro toe door kosten voor marketing in 2016.
  - Financiële lasten en baten -/- 244 duizend euro.
    De financiële lasten nemen af door aflossing op de hypothecaire annuïteitenlening.

10. Op basis van de gemiddelde inflatie consumentenprijsindex (CPI) van het CBS van de periode maart en april 2015

- **Naburige rechten (-/- 500 duizend euro)**
  De kosten voor naburig recht bestaan uit een verdeling SOM en Metropole Orkest door uitbetaling aan musici. Deze regeling loopt tot en met eind 2016.

Doorberekende kosten (0 euro)

Onder de doorberekende kosten zijn o.a. kosten opgenomen veroorzaakt door specifieke wensen van opdrachtgevers (omroepen of derden) met betrekking tot concerten. Bijvoorbeeld het extra inhuren van een orgel of een tv-scherm. Deze kosten worden doorbelast aan opdrachtgevers.

